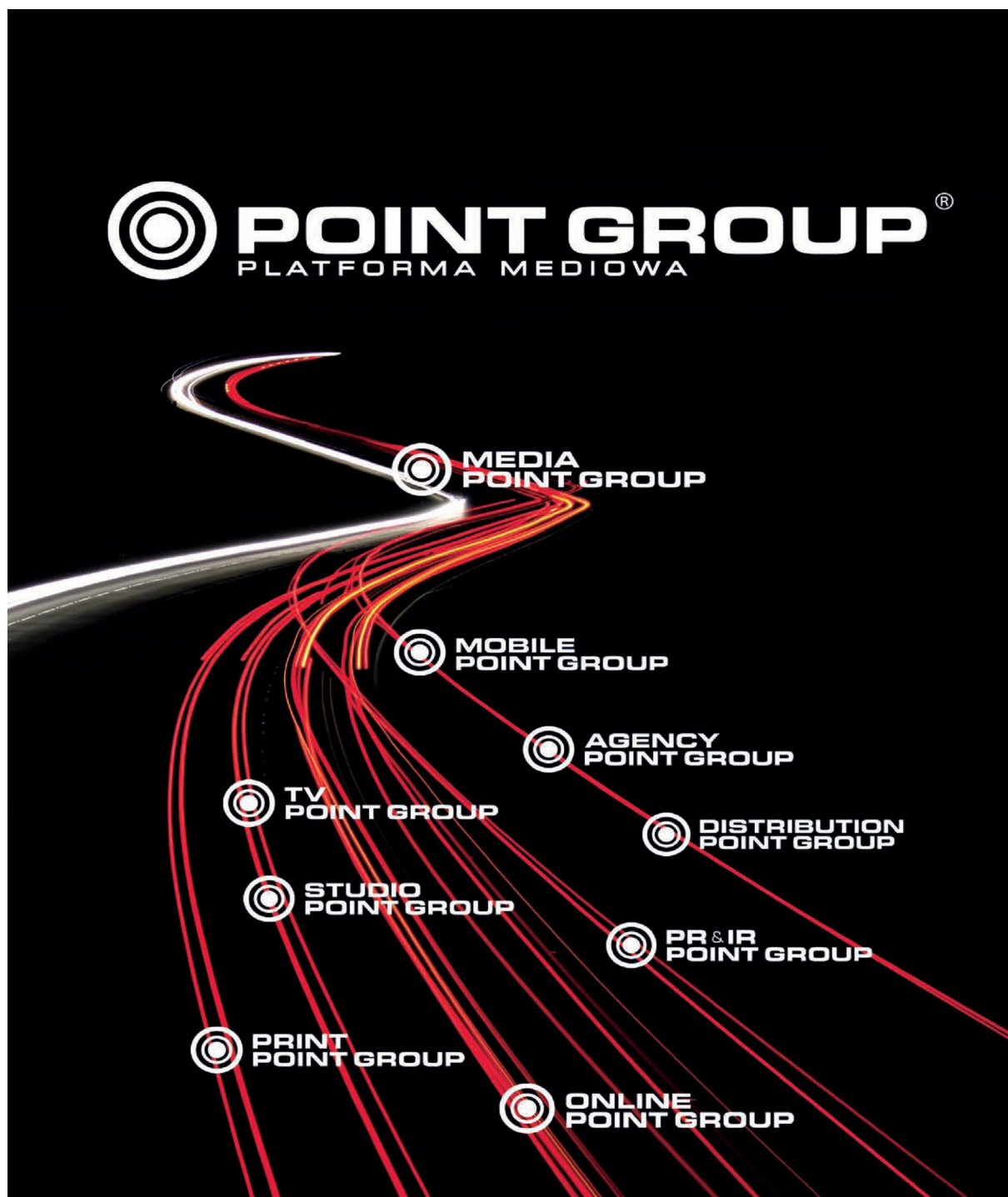


**Sprawozdanie Zarządu
z działalności spółki
Platforma Mediowa Point Group SA w 2009 r.**



Warszawa, 22 marca 2010 r.

Spis treści

1. WPROWADZENIE.....	4
1.1 PODSTAWOWE INFORMACJE O PMPG	4
1.2 WYBRANE DANE FINANSOWE	5
1.3 ISTOTNE DOKONANIA W 2009 R.	5
2. ORGANIZACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG.....	6
2.1 ROZWÓJ GRUPY KAPITAŁOWEJ	6
2.2 OPIS GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG	7
2.3 OPIS ZMIAN W OBRĘBIE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG	9
2.4 OPIS ZMIAN W ORGANIZACJI ORAZ ZASADACH ZARZĄDZANIA	11
2.5 CHARAKTERYSTYKA POLITYKI W ZAKRESIE KIERUNKÓW ROZWOJU	12
2.6 MARKI I BRANDY	13
2.7 OPIS STRUKTURY GŁÓWNYCH LOKAT KAPITAŁOWYCH I INWESTYCJI KAPITAŁOWYCH	14
2.8 INFORMACJA O ODDZIAŁACH	14
3. OPIS DZIAŁALNOŚCI EMITENTA.....	14
3.1 KONKURENCJA	15
3.2 POZYCJA GRUPY PMPG W BRANŻY	15
3.3 INFORMACJE O PODSTAWOWYCH PRODUKTACH, TOWARACH LUB USŁUGACH	16
3.4 SEZONOWOŚĆ SPRZEDAŻY	22
3.5 PORTFEL ZAMÓWIEŃ.....	22
PORTFEL ZAMÓWIEŃ	22
3.6 INFORMACJE O ZAWARTYCH UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG	23
INFORMACJE O ISTOTNYCH TRANSAKCJACH Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI	24
3.7 24	24
3.8 UMOWY KREDYTÓW I POŻYCZEK	24
3.9 OTRZYMANE ORAZ UDZIELONE GWARANCJE I PORĘCZENIA	26
4. PREZENTACJA SYTUACJI FINANSOWEJ EMITENTA	27
4.1 OMÓWIENIE PODSTAWOWYCH WIELKOŚCI EKONOMICZNO-FINANSOWYCH	27
4.1.1 Stosowane zasady rachunkowości	27
4.1.2 Wyniki finansowe w roku obrotowym 2009.....	27
4.2 WSKAŹNIKI FINANSOWE	28
4.3 CHARAKTERYSTYKA STRUKTURY AKTYWÓW I PASYWÓW SKONSOLIDOWANEGO BILANSU	30
4.4 OPIS ISTOTNYCH POZYCJI POZABILANSOWYCH	31
5. CZYNNIKI ROZWOJU ORAZ OPIS RYZYK I ZAGROŻEŃ.....	31
5.1 ZEWNĘTRZE I WEWNĘTRZNE CZYNNIKI ISTOTNE DLA ROZWOJU	31
5.2 ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻEŃ	31
5.3 OPIS GŁÓWNYCH CECH STOSOWANYCH SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM PRZEZ EMITENTA.....	33
6. PERSPEKTYWY ROZWOJU EMITENTA	34
6.1 MISJA PLATFORMY MEDIOWEJ POINT GROUP	34
6.2 PERSPEKTYWY ROZWOJU	34
6.3 STRATEGIA ROZWOJU	34
6.4 OCENA MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMIERZEŃ INWESTYCYJNYCH	37
6.5 OPIS WYKORZYSTANIA WPŁYWÓW Z EMISJI	37
7. WŁADZE EMITENTA	39

7.1 SKŁAD OSOBOWY WŁADZ PMPG S.A.	39
7.1.1 Rada Nadzorcza	39
7.1.2 Zarząd	39
7.2 ZMIANY W OBRĘBIE WŁADZ PMPG S.A. W 2009 R.	39
7.3 KLUCZOWE POSTACIE W GRUPIE KAPITAŁOWEJ PMPG	40
<i>Machina – redaktor naczelny Piotr Metz</i>	40
<i>Film – redaktor naczelny Jacek Rakowiecki</i>	40
<i>Wprost – p.o. redaktor naczelny Katarzyna Kozłowska</i>	40
<i>Dlaczego – redaktor naczelny Michał Gajewski</i>	40
7.4 OPIS KOMPETENCJI	40
7.5 ZAKRES ODPOWIEDZIALNOŚCI	43
7.6 ZASADY WYNAGRAĐZANIA CZŁONKÓW ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ	43
7.7 WYSOKOŚĆ WYNAGRODZEŃ	43
7.8 WYKAZ AKCJI I UDZIAŁÓW PODMIOTÓW Z GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG W POSIADANIU OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH	43
8. STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO ORAZ AKCJONARIATU EMITENTA	43
8.1 STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO	43
8.2 EMISJE AKCJI	44
8.3 STRUKTURA AKCJONARIATU	54
8.4 ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU	55
8.5 POTENCJALNE ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU	56
8.6 UPRZYWILEJOWANIE AKCJI	56
8.7 INFORMACJE O SYSTEMIE KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH	56
8.8 AKCJE WŁASNE	56
9. POZOSTAŁE INFORMACJE	58
9.1 POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ADMINISTRACYJNE	58
9.2 PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH	58
9.3 DANE TELEADRESOWE	59
9.4 PODPISY	59
Załącznik nr 1:	
OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W	
ROKU OBROTOWYM ZAKOŃCZONYM 31 GRUDNIA 2009 ROKU	

1. Wprowadzenie

1.1 Podstawowe informacje o PMPG

Platforma Mediowa Point Group SA (zwana dalej także: PMPG SA, PMPG lub Platforma Mediowa Point Group) jest holdingiem medialnym funkcjonującym w szeroko pojętym obszarze mediów i komunikacji marketingowej. Aktywność wydawniczą firmy wspierają działania prowadzone przez spółki zależne. Dzięki połączeniu kompetencji w zakresie mediów i marketingu oraz wykorzystaniu zaawansowanych rozwiązań technologicznych, Platforma Mediowa Point Group buduje przewagę konkurencyjną w stosunku do znacznie większych koncernów medialnych działających na polskim rynku.

Firma powstała w 1997 r. z inicjatywy Michała Lisieckiego, dzisiaj Prezesa Zarządu i jednego z głównych akcjonariuszy Spółki. Rozpoczęła działalność jako Point Group Sp. z o.o., wydawca magazynu studenckiego „?dlaczego”. Od ponad 12 lat konsekwentnie realizuje strategię rozwoju w obszarze mediowo-marketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć oraz konsekwentnie rozszerzając zakres usług.

Od końca 2006 r. Platforma Mediowa Point Group weszła do grona spółek giełdowych poprzez fuzję z notowaną na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych spółką Arksteel. Dzisiaj Platforma Mediowa Point Group jest właścicielem dobrze rozpoznawalnych marek silnie związanych z jasno określonym kręgiem odbiorców. Co tydzień ukazuje się jeden z największych w Polsce tygodników opiniotwórczych „Wprost”, zaś co miesiąc ukazują się główne magazyny PMPG SA – „Machina”, „Film”, „?dlaczego”, natomiast średnio co trzy miesiące – wydania specjalne: „Machina Design”, „Modne Miasta by Machina”, „Machina Sport&Style”, „HOLLYWOOD”, „Kinoteka domowa”, „Sporootym”, „Dlatego!”.

Serwisy internetowe PMPG SA – Sport24.pl, Pilka24.pl, Korba.pl - mają kilka milionów użytkowników i notują kilkanaście milionów odsłon miesięcznie.

PMPG SA to również alternatywna sieć dystrybucji prasy – Distribution Point Group – której eleganckie stojaki można spotkać w sieciach restauracji, kawiarni, klubów fitness, salonów piękności, prywatnych klinikach.

Dzięki tak szerokiej gamie usług, PMPG SA może zrealizować każde zlecenie z zakresu komunikacji marketingowej. Na tym polega efekt synergii, który powoduje, że Platforma Mediowa Point Group może zaoferować znacznie więcej niż wydawca i znacznie więcej niż agencja reklamowa czy agencja interaktywna. Pierce Brosnan prawdopodobnie nie pojawiłby się w reklamie znanego producenta odzieży, gdyby nie fakt, że sesja była jednocześnie sesją do magazynu „Film”.

PMPG SA to także unikalne grupy docelowe, atrakcyjne dla szerokiego grona reklamodawców. Są to ludzie młodzi i bardzo młodzi, wykształceni albo kształcący się, aktywni, z ambicjami i aspiracjami, zainteresowani otaczającym ich światem, o wyraźnie wyrobionych gustach. W Internecie to tzw. hard userzy, spędzający w sieci sporą część dnia, obeznani z technologiami i nie mający obaw przed korzystaniem z najnowocześniejszych rozwiązań. To kilkaset tysięcy czytelników i ponad dwa miliony internautów co miesiąc.

Zalety współpracy z PMPG S.A. jako grupą docenia coraz większa grupa klientów, zarówno wielkich światowych koncernów, jak i coraz liczniejsza grupa polskich marek. Są wśród nich m.in. Adidas, Bols, BOŚ Bank, Domoteka, Jack Daniels, Jameson, Libresse, Lubella, Navia, Nike, Orange, Pepsi, Philips, PKO BP, Polkomtel, Puma, PZU, RUCH, Samsung, Sony Ericsson, Sony VAIO, Tchibo, Vistula, Żywiec.

1.2 Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe PMPG za lata 2009-2008 w tys. zł.

Wyszczególnienie	2009	2008
Przychody netto ze sprzedaży	11 603	21 173
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	1 931	6 224
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 672	14 949
Koszty sprzedaży	360	1 342
Koszty ogólnego zarządu	13 954	9 954
Pozostałe przychody operacyjne	11 246	2 664
Pozostałe koszty operacyjne	244	373
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	6 360	5 944
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	6 993	6 324
Przychody finansowe	1 843	798
Koszty finansowe	3 540	289
Zysk/(strata) z udziałów w jednostkach podporządkowanych wycenianych metodą praw własności		
Zysk (strata) brutto	4 663	6 453
Podatek dochodowy	580	1 094
Zysk (strata) netto	5 243	5 359
Aktywa razem	64 020	47 920

1.3 Istotne dokonania w 2009 r.

Rok 2009 Platforma Mediowa Point Group poświęciła na rozbudowę zasobów oraz uporządkowanie i uzupełnienie portfolio spółki. W skali całego roku Emitent prowadził rozmowy z kilkoma podmiotami, w tym m.in. złożył w Ministerstwie Skarbu Państwa ofertę na zakup udziałów w Przedsiębiorstwie Wydawniczym „Rzeczpospolita” SA (ostatecznie MSP odstąpiło od sprzedaży), podpisał list intencyjny ws. rozmów o nabycie udziałów w TV PULS (rozmowy zawieszono, a następnie zakończono z uwagi na brak możliwości przeprowadzenia kompletnego due dilligence spółki), podjął rozmowy o współpracy z podmiotami zagranicznymi, m.in. News Corporation i jego spółkami zależnymi oraz negocjował możliwość nabycia udziałów w Agencji Wydawniczo-Reklamowej „WPROST” Sp. z o.o. (zwana dalej także: A.W.R „WPROST” Sp. z o.o. lub A.W.R „WPROST”), wydawcy tygodnika opinii WPROST. Ostatecznie sukcesem zakończyły się dwie ostatnie sprawy, jednak udział w procesie prywatyzacji

„Rzeczpospolitej” oraz rozmowy z TV PULS pozwoliły osobom zarządzającym na dokładną analizę rynku prasy codziennej i tzw. mediów opiniotwórczych, a także na poznanie struktury rynku telewizyjnego, co jest nie do przecenienia, jeżeli chodzi o przyszłe działania Emitenta na obu tych rynkach.

Spośród wszystkich dokonań Grupy Kapitałowej PMPG S.A. na pierwsze miejsce wysuwa się jednak zakup udziałów w A.W.R. „WPROST”.

Na mocy umowy z Qebonto Holdings Limited PMPG S.A. z dnia 28 grudnia 2009 r. PMPG S.A. nabyła 80 proc. (osiemdziesiąt procent) kapitału zakładowego i 80 proc. (osiemdziesiąt procent) głosów na Zgromadzeniu Wspólników w Spółce Agencja Wydawniczo - Reklamowa „WPROST” sp. z o.o. Umowa ta będzie miała istotny wpływ na działalność Grupy Kapitałowej PMPG SA w roku 2010 i kolejnych. Zakup udziałów w A.W.R. „WPROST” istotnie wpłynie na pozycjonowanie PMPG na rynku mediowym, gdyż stanowi uzupełnienie portfolio Grupy Kapitałowej PMPG SA (zwana dalej także: GK PMPG lub GK PMPG SA) o brakujący tytuł opiniotwórczy, jakim jest ogólnopolski tygodnik społeczno-informacyjny WPROST.

2. Organizacja Grupy Kapitałowej PMPG

2.1 Rozwój Grupy Kapitałowej

- 1997 r.** Z inicjatywy Michała M. Lisieckiego powstaje magazyn studencki „**?Dlaczego**”.
- 2001 r.** Powstaje spółka Point Group Sp. z o.o. w ramach, której wydawany jest magazyn studencki „**?Dlaczego**”. Od momentu powstania spółka konsekwentnie realizowała strategię rozwoju w obszarze mediowomarketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć, budując silne marki oraz rozszerzając zakres usług marketingowych.
- 2004 r.** Point Group wprowadza na rynek magazyn „**Warsaw Point**” skierowany do turystów oraz zamożnych mieszkańców Warszawy.
- 2005 r.** Spółka nabywa prawa do wydawania miesięcznika „**Machina**”. Jednocześnie rozpoczyna intensywny rozwój w obszarze marketingu mobilnego i nowych mediów. Nabycie marki adMobile i utworzenie na jej bazie agencji realizującej usługi m-marketingowe umożliwia rozszerzenie portfela usług oraz wzmocnienie pozycji na rynku usług interaktywnych.
- 2006 r.** Wszystkie posiadane tytuły wydawnicze: „Machina”, „?Dlaczego”, „Dlatego!”, „Warsaw Point” oraz dodatki i kwartalniki zostają przeniesione do spółki zależnej Media Point Group. Działalność promocyjna BTL zostaje wydzielona do spółki BTL Point Group, tworząc drugi – obok działań medialno-wydawniczych – segment funkcjonowania **Platformy Mediowej Point Group**. Do grona spółek zależnych dołącza drukarnia GEMTEXT, specjalizująca się w działalności poligraficznej i wydawniczej.
- 2006 r.** 28 grudnia 2006 r. Platforma Mediowa Point Group wchodzi do grona spółek giełdowych poprzez fuzję z notowaną na GPW firmą Arksteel SA.
- 2007 r.** Zakup miesięcznika „Film” oraz praw do tytułu „Ozon”. Wpis do rejestru Wirtualnych Operatorów Sieci Komórkowej. Do grupy dołączają spółki: **News**

PR - specjalizująca się w działalności PR i Inwestor Relations, **TV Point Group** – prowadząca działalność telewizyjną oraz Infini (dzisiaj **Sport24.pl**) – zarządzająca portalem Sport24.pl. Podpisanie porozumienia inwestycyjnego dotyczącego nabycia praw kupna udziałów w firmie **Gretix**, właściciela serwisu www.gretix.com.

2008 r. W drugim i trzecim kwartale trwała pierwsza publiczna emisja akcji PMPG SA. Mimo trudnego rynku emisja zakończyła się sukcesem. W wyniku emisji kapitał zakładowy PMPG S.A. podwyższony został do kwoty 103 897 325 zł. Do holdingu dołączyły spółki: **Media Works SA** (reklama zewnętrzna), **BMS** (reklama w Internecie), **Index Copernicus International SA** (platforma internetowa dla środowisk naukowych), **Next Media** (wydawca magazynu „MaleMEN”), **3P Holding** (programy afiliacyjne w Internecie) oraz **Distribution Point Group** (dystrybucja i marketing bezpośredni). PMPG zarejestrowała też spółkę **Point Group Rzeczpospolita**. 31 grudnia 2008 r. PMPG SA złożyła w Ministerstwie Skarbu Państwa wstępną ofertę na zakup udziałów w Przedsiębiorstwie Wydawniczym „Rzeczpospolita” – mniejszościowym udziałowcy Presspubliki, wydawcy „Rzeczpospolitej”, „Gazety Giełdy Parkiet” oraz „Życia Warszawy”.

2009 r. W styczniu PMPG SA została dopuszczona do due diligence PWR. W tym samym miesiącu spółka podpisała porozumienie inwestycyjne z **One Group**, wydawcą serwisów internetowych **Ukaraj.pl** i **Bulvar.pl**. W grudniu PMPG SA zakupiło większościowy pakiet udziałów w A.W.R. WPROST, dzięki czemu spółka weszła na rynek mediów opiniotwórczych. Ponadto spółka prowadziła zaawansowane rozmowy w kierunku nabycia udziałów w TV PULS. Platforma Mediowa Point Group jest obecnie jedną z czołowych polskich firm w segmencie medialnowydawniczym i marketingowo-reklamowym. Konsekwentnie realizowana strategia rozwoju doprowadziła do pozyskania szerokiej bazy prestiżowych klientów, unikalnej na rynku pod względem bogactwa i kompleksowości oferty produktów i usług oraz wysokiej dynamiki wzrostu przychodów i zysków.

2.2 Opis Grupy Kapitałowej PMPG

Poniższa tabela prezentuje zestawienie jednostek podlegających konsolidacji wchodzących w skład Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group

	Nazwa (firma) spółki	Adres	Nr KRS	Ilość udziałów / akcji	Wartość nominalna udziału / akcji	Łączna wartość nominalna udziałów / akcji	Udziały w procentach (%)	Liczba głosów na ZW/WZ
1.	Gemtext Sp. z o.o.	Piaseczno, ul. Puławska 34	0000215666	536	500 zł	268 000,00 zł	100	536
2.	News PR Sp. z o.o.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000276591	2 000	50 zł	100 000,00 zł	100	2 000

3.	BTL Point Group Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 D	0000261664 8	1 000	50 zł	50 000,00 zł	100	1 000
4.	adMobile Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000234216	10 000	50 zł	500 000,00 zł	100	10 000
5.	Media Point Group Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000252473	100	500 zł	50 000,00 zł	100	100
6.	TV Point Group Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000279301	1 000	50 zł	50 000,00 zł	100	1 000
7.	Sport24.pl Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000250891	51	500 zł	25 500,00 zł	51,00	51
8.	Gretix Sp. z o.o.*	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000251923	804	50 zł	40 200,00 zł	67,00	804
9.	Media Works S.A.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000294057	500 000	1 zł	500 000,00 zł	100	500 000
10.	Watch Out Door Sp. z o.o.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000291981	1 000	50 zł	50 000,00 zł	100	1 000
11.	Flaming Advertising Polska Sp. z o.o.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000287551	100	500 zł	50 000,00 zł	100	100
12.	Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000294477	1 000	50 zł	50 000,00 zł	100	1 000
13.	One Group Sp. z o.o.	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000278617	2700	100 zł	270 000,00 zł	40,3	2 700
14.	Index Copernicus International S.A.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000290680	2 840 428	1 zł	2 840 428	36,53	36,53
15.	Point Group Rzeczpospolita Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000318855	1 000	50 zł	50 000,00 zł	100	1 000
16.	Distribution Point Group Sp. z o.o.	Warszawa, Al. Jerozolimskie 146 C	0000201826	2 400	50 zł	120 000,00 zł	100	2 400

17.	AWR Wprost Sp. z o.o.	Warszawa Ul. Domaniewska 39a	0000008283	80	500 zł	40 000, 00 zł	80	80
18.	Agencja Full Interactive Sp. z o.o. w likwidacji	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000306340	-	-	-	36,53	36,53
19.	Point Group Financial AdMobile Spółka z o.o. spółka komandytowa*	Warszawa Al. Jerozolimskie 146 C	0000325522	-	-	-	-	-

* **Agencja Full Interactive Sp z o.o. w likwidacji** - 100 % udziałów w spółce tj. 100 udziałów o wartości nominalnej 500 zł. każdy posiada spółka Index Copernicu International S.A.

** **Admobile Sp. z o.o.** jako komplementariusz Platforma Mediowa Point Group S.A. jako komandytariusz z sumą komandytową 11.041.490 zł, w tym 11.041.000 zł, jako wkład niepieniężny Media Point Group Sp. z o.o. jako komandytariusz z sumą komandytową 4.548.000 zł jako wkład niepieniężny

2.3 Opis zmian w obrębie Grupy Kapitałowej PMPG

- Nabycie znaczących aktywów finansowych - zwiększenie do 100% wielkości udziałów PMPG S.A. w News PR Sp. z o.o.**

W dniu 21 stycznia 2009 roku pomiędzy PMPG S.A. a osobami fizycznymi podpisana została umowa nabycia udziałów w spółce News PR Sp. z o.o. Przedmiotem umowy było nabycie przez PMPG S.A. 999 udziałów News PR Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 zł każdy, za łączną kwotę nie przekraczającą 0,1% kapitałów własnych Platformy Mediowej Point Group S.A. Nabyte udziały stanowią 49,05% kapitału zakładowego News PR Sp. z o.o. i odpowiadają 49,05 % głosów na zgromadzeniu wspólników. Po dokonanej transakcji PMPG S.A. stała się właścicielem 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki News PR sp. z o.o., które odpowiadają 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

Spółka News PR prowadzi działalność w zakresie Public Relations ze specjalizacją Investor Relations. Źródłem finansowania ww. udziałów były środki własne PMPG S.A. Nabyte aktywa mają charakter długoterminowej lokaty kapitałowej.

- Zawarcie umowy inwestycyjnej z One Group Sp. z o.o. (zwana dalej także: OG)**

W dniu 21 stycznia 2009 roku zawarta została umowa inwestycyjna pomiędzy Emitentem a One Group Sp. z o.o. przy udziale wspólników OG. Na mocy umowy PMPG objęła 40,2% udziałów w kapitale zakładowym OG.

- **Wniesienie przez Platformę Mediową Point Group SA wkładu do spółki Point Group Financial Admibile spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa**

W dniu 13 marca 2009 roku podjęte zostały uchwały wspólników Point Group Financial Admibile Sp. z o.o. spółka komandytowa, w której PMPG S.A. jest komandytariuszem, w sprawie zmiany wysokości wkładu komandytariusza oraz przystąpienia do Spółki nowego komandytariusza.

Spółka Point Group Financial Admibile spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa powołana została w celu prowadzenia działalności finansowej na rzecz Grupy Kapitałowej PMPG oraz zarządzania najbardziej znaczącymi znakami towarowymi należącymi do podmiotów wchodzących w skład grupy, a mianowicie marek: Film, Machina oraz Dłaczego. Rejestracja Spółki została dokonana postanowieniem Sadu Rejonowego dla M. St. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 12 marca 2009 r. W celu skupienia ww. praw w Spółce, 13 marca 2009 r. wspólnicy wyrazili zgodę na przystąpienie do Spółki nowego wspólnika – spółki pod firmą Media Point Group Sp. z o.o.

Łączna suma wszystkich wkładów wniesionych do Spółki przez wspólników wynosi 15.589.500,00 zł. Wycena wartości wkładów niepieniężnych w postaci znaków towarowych oraz praw z rejestracji tytułów prasowych dokonana została przez zespół Ernst & Young Corporate Finance Sp. z o.o.

Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna wniosła do Spółki tytułem wkładu następujące prawa:

- a) znaki towarowe grupy A należące do tzw. znaków towarowych marki „?dlaczego”;
- b) znaki towarowe grupy B należące do tzw. znaków towarowych marki „Machina”;
- c) prawa z tytułu rejestracji powiązanych z nimi tytułów prasowych.

Wysokość sumy komandytowej odpowiada wartości wniesionych przez PMPG S.A. do Spółki wkładów i wynosi 11.041.490,00 zł. Łączna wartość ww. wkładów niepieniężnych wynosi 11.041.000,00 zł.

Media Point Group Sp. z o.o. wniosła do Spółki tytułem wkładu następujące prawa:

- a) zespół znaków towarowych „Film”, w tym znak towarowy „Złota Kaczka”
- b) prawa z tytułu rejestracji powiązanych z nimi tytułów prasowych.

Łączna wysokość wkładów niepieniężnych wniesionych przez Media Point Group Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością wniosła 4.548.000,00 zł.

- **Złożenie przez PMPG zapisów na akcje serii G Index Copernicus International S.A.**

W ramach porozumienia inwestycyjnego zawartego pomiędzy Platformą Mediową Point Group S.A. a Spółką Index Copernicus International S.A., w dniu 27 marca 2009 r. PMPG

złożyła zapisy na 870 428 akcji serii G Spółki Index Copernicus International S.A. po cenie emisyjnej równej wartości nominalnej akcji, tj. 1 zł za jedną akcję. Objęcie przez PMPG akcji nowej emisji, po rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego ICI przez sąd, skutkowało zwiększeniem zaangażowania PMPG do poziomu 36,53% w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Index Copernicus International S.A.

Index Copernicus to globalny portal internetowy dedykowany dla środowiska naukowców. Spółka jest równocześnie partnerem strategicznym Google Inc. w światowym projekcie digitalizacji czasopism naukowych. W związku z zawarciem ww. porozumienia inwestycyjnego, PMPG pełni wobec ICI funkcję inwestora strategicznego.

Obecnie, w wyniku transakcji przeprowadzonych w dniach od 20 do 22 stycznia 2010 r., PMPG SA posiada 27,58% akcji w kapitale zakładowym ICI.

- **Porozumienie dotyczące realizacji umów nabycia akcji spółki Media Works S.A. przez PMPG.**

Kierując się dbałością o interes akcjonariuszy Spółki, w dniu 9 lipca 2009 r. zostało zawarte Porozumienie do „Umowy Inwestycyjnej z przeniesieniem własności akcji spółki Media Works S.A.” z dnia 19.06.2008r. W przedmiotowym Porozumieniu zawarto zapis o zmniejszeniu wartości transakcji o kwotę 869.000 zł.

- **Point Group Media City sp. z o.o** – w dniu 18.01.2010 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników podjęło uchwałę w przedmiocie zmiany dotychczasowej nazwy Spółki z Point Group Rzeczpospolita Sp. z o.o. na Point Group Media City Sp. z o.o.
- **Sprzedaż udziałów w Next Media Sp. z o.o.** wydawcy tytułu prasowego Malemena – w dniu 15.04.2009 r. PMPG sprzedała wszystkie posiadane udziały w spółce Next Media Sp. z o.o.

2.4 Opis zmian w organizacji oraz zasadach zarządzania

W II kwartale 2009 r. Platforma Mediowa Point Group przeprowadziła optymalizację działalności w spółkach Grupy Kapitałowej PMPG SA. Restrukturyzacja miała na celu uporządkowanie kompetencji w ramach Grupy Kapitałowej oraz obniżenie kosztów bieżącej działalności. Dotyczyła ona przede wszystkim działów administracji, finansów, nowych mediów oraz sprzedaży. W działach back office doprowadzono do likwidacji dublowania się kompetencji oraz scentralizowano niektóre działania na poziomie grupy. Renegocjowano również niektóre umowy z dostawcami materiałów i usług, w tym umowy zawarte w walutach obcych, które istotnie wpływały na wzrost kosztów.

Dział Nowych Mediów zyskał nową strukturę, obok niego utworzono (w IV Q) Dział Out Of Home Media, który zajął się pozyskiwaniem powierzchni i sprzedażą reklam w sieciach digital signage. Zmieniła się również struktura BTL Point Group, w której

działalność włączono również część działalności adMobile, dzięki czemu agencja może oferować zintegrowane rozwiązania z zakresu komunikacji marketingowej.

Zakup udziałów AWR WPROST nie miał skutków dla struktury grupy w 2009 r. Od początku 2010 r. trwa integracja spółki ze strukturami GK PMPG SA. Skutki i rezultaty tej integracji zostaną zaprezentowane w kolejnych raportach dotyczących 2010 r.

Przeprowadzone działania nie wpłynęły na sposób zarządzania firmą ani na zmianę kompetencji osób zarządzających.

2.5 Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju

Od ponad 12 lat konsekwentnie realizuje strategię rozwoju w obszarze mediowo-marketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć oraz konsekwentnie rozszerzając zakres usług.

Obecnie trwają prace nad uruchomieniem kanału telewizyjnego o charakterze rozrywkowym. W ramach Grupy Kapitałowej PMPG SA działa również agencja reklamowa z bardzo kreatywnym zespołem, który doświadczenie zdobywał, organizując m.in. wielkie gale, roadshowy, imprezy obejmujące zasięgiem teren całej Polski.

Uzupełnienie działań agencji reklamowej oferują agencja interaktywna i agencja marketingu mobilnego.

Grupa Kapitałowa PMPG zmierza również w kierunku alternatywnej sieci dystrybucji prasy – Distribution Point Group – której eleganckie stojaki można spotkać w sieciach restauracji, kawiarni, klubów fitness, salonów piękności, prywatnych klinikach.

PMPG SA to także unikalne grupy docelowe, atrakcyjne dla szerokiego grona reklamodawców. Są to ludzie młodzi i bardzo młodzi, wykształceni albo kształcący się, aktywni, z ambicjami i aspiracjami, zainteresowani otaczającym ich światem, o wyraźnie wyrobionych gustach. W Internecie to tzw. hard userzy, spędzający w sieci sporą część dnia, obeznani z technologiami i nie mający obaw przed korzystaniem z najnowocześniejszych rozwiązań.

Spośród kierunków rozwoju warto wyróżnić:

- **Wydawanie opiniotwórczego medium**

Począwszy od października 2007 roku PMPG S.A. potwierdziła zainteresowanie nabyciem akcji Przedsiębiorstwa Wydawnicze Rzeczpospolita S.A.

Należące w 100% do Skarbu Państwa Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita S.A. jest właścicielem m.in. 49% udziałów spółki Presspublica Sp. z o.o. – wydawcy „Rzeczpospolitej”, „Gazety Giełdy Parkiet” oraz „Życia Warszawy”. 51% udziałów w spółce należy do brytyjskiego funduszu inwestycyjnego Mecom (LSE: MEC). Ogłoszony w dniu 22 kwietnia 2008 r. rządowy Program prywatyzacji na lata 2008-2011 zakłada prywatyzację PW Rzeczpospolita w 2009 roku.

W dniu 30 października 2008 roku zawarta została umowa spółki z ograniczoną odpowiedzialnością pod firmą Point Group Rzeczpospolita Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie. Zadaniem Zarządu spółki było przygotowanie transakcji nabycia udziałów w spółce PW Rzeczpospolita S.A. Do zarządu

Point Group – Rzeczpospolita weszły osoby odpowiedzialne za przygotowanie i złożenie oferty.

W styczniu 2009 r. PMPG S.A. trafiła na listę czterech podmiotów dopuszczonych przez Ministerstwo Skarbu Państwa do due diligence Przedsiębiorstwa Wydawniczego „Rzeczpospolita”, mniejszościowego udziałowca wydawcy „Rzeczpospolitej”. Ostatecznie oferty do MSP złożyły Platforma Mediowa Point Group S.A. oraz Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe. W lutym z przetargu wycofał się czeski inwestor, spółka Respekt Media. Ze złożenia oferty zrezygnował też Axel Springer Polska.

- **Własny kanał telewizyjny**

PMPG rozpoczęła przedsięwzięcie pod nazwą Machina TV. W dniu 14 kwietnia 2009 Zarząd spółki TV Point Group Sp. z o.o., spółki w 100% zależnej od PMPG, złożył w KRRiT wniosek o wydanie koncesji dla telewizji Machina TV.

Złożenie wniosku o wydanie koncesji dla telewizji Machina TV wpisuje się w strategię rozwoju PMPG i wiąże się z celami emisji przedstawionymi w prospekcie emisyjnym akcji serii E, polegającymi na uruchomieniu kanału telewizyjnego, co skutkować będzie w przyszłości poszerzaniem zakresu usług i wzmacnianiem konkurencyjnej pozycji Grupy Kapitałowej na rynku mediów.

Machina TV w założeniu jest pierwszym przedsięwzięciem telewizyjnym Grupy Kapitałowej Emitenta, w którym będą planowane kolejne przedsięwzięcia telewizyjne, na bazie powstałej telewizji.

W dniu 3 września 2009 r. spółka zależna PMPG S.A. – TV Point Group Sp. z o.o., otrzymała decyzję Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o przyznaniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób rozsiewczy satelitarny, programu telewizyjnego o charakterze muzyczno-rozrywkowym pod nazwą „Machina TV”. Koncesja została wydana na 10 lat i obowiązuje od dnia 24 sierpnia 2009 r. do 23 sierpnia 2019 r. Przyznanie koncesji stanowi zamknięcie etapu formalnego prac związanych z uruchomieniem kanału Machina TV.

2.6 Marki i brandy

Marki i brandy należące do PMPG S.A. to m.in.

- Magazyny: Film®, Machina®, ?Dlaczego®, Dłatego!®; Machina Modne Miasta™, Machina Design™, Machina Sport&Style™, Spoorootym®, Kinoteka Domowa by Film™, Mężczyźni Hollywood™, Kobiety Hollywood™, Hollywood. Gwiazdy, filmy seriale™, Wprost®,
- Przyznawane nagrody: Machinery®, Machina Design™, Złote Kaczki®, Studenckie Produkty Roku®, Puenty Warszawskie™, Człowiek roku®, Nagrody Kisiela®,
- Portale: Sport24.pl®, Pilka24.pl®, Dlaczego.com.pl®, Korba.pl®, Kulisy.pl®, 100klatka.pl®, Gretix.com, Ocen.pl, Ototrend.pl, Wprost.pl, Pitbul.pl, Gover.pl, Infotuba.pl, WiK.com.pl,
- Systemy: Portis Biling™, Portis CMS™, Platforma Mobilo™ z systemami: m.Broadcast™, m.Contest™, m.Data™, m.Entertainment™, m.Info™, m.Loyalty™, m.Payment™, m.Rank™; AdMobileMusic™ oraz MachinaTV™ i PointPress™

2.7 Opis struktury głównych lokat kapitałowych i inwestycji kapitałowych

Szczegółowy opis głównych lokat kapitałowych dokonanych w 2009 r. zamieszczony został w pkt 2.3 powyżej, pod nazwą „Opis zmian w obrębie Grupy Kapitałowej PMPG”.

Platforma Mediowa Point Group S.A. jest podmiotem samofinansującym się, korzystającym jedynie z kredytu w rachunku bieżącym w wysokości do 4,5 mln PLN. Powyższe środki w głównej mierze finansują kredyt kupiecki udzielany klientom Spółki oraz bieżącą działalność przedsiębiorstwa.

Inwestycje poniesione w 2008 roku to m.in. zakup spółki Media Works S.A., Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o., nabycie udziałów Gretix Sp. z o.o., Gemtext Sp. z o.o., Next Media Sp. z o.o., ICI S.A., Qlub Sp. z o.o. (Distribution Point Group Sp. z o.o.) oraz udzielenie pożyczek takim podmiotom jak ICI S.A. oraz Smart Marketing Solutions.

Inwestycje spółek Grupy w 2008 roku to m.in.:

Inwestycja Gemtext – podpisanie w I kw. 2008 r. umowy leasingowej z Handlowy-Leasing Sp. z o.o., przedmiotem której jest nowoczesna maszyna drukarska Sakurai o wartości 550 tys. euro, co w przeliczeniu wg średniego kursu NBP daje ok. 1 949 tys. zł.

W dniu 28 grudnia 2009 r. PMPG SA podpisała umowę kupna (Umowa) z Qebonto Holdings Limited z siedzibą w Limassol na Cyprze, reprezentowaną przez Amadeusza Króla, na mocy której nabyła 80 udziałów o łącznej wartości nominalnej 40.000 PLN (czterdzieści tysięcy złotych), co stanowi 80 proc. (osiemdziesiąt procent) kapitału zakładowego i 80 proc. (osiemdziesiąt procent) głosów na Zgromadzeniu Wspólników, w Spółce Agencja Wydawniczo - Reklamowa „WPROST” sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Łączna cena zakupionych udziałów wynosi 8 072 500 PLN (osiem milionów siedemdziesiąt dwa tysiące pięćset złotych). Wartość ewidencyjna udziałów jest równa cenie nabycia. Objęte udziały stanowią inwestycję długoterminową.

W ramach porozumienia inwestycyjnego zawartego pomiędzy Platforma Mediową Point-Group S.A. a Spółką Index Copernicus International S.A., w dniu 27 marca 2009 r. PMPG złożyła zapisy na 870 428 akcji serii G Spółki Index Copernicus International S.A. po cenie emisyjnej równej wartości nominalnej akcji, tj. 1 zł za jedną akcję. Objęcie przez PMPG akcji nowej emisji, po rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego ICI przez sąd, skutkowało zwiększeniem zaangażowania PMPG do poziomu 36,53% w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów Index Copernicus International S.A.

W 2009 roku Spółka poniosła nakłady inwestycyjne w wysokości 182 tys. zł na niefinansowe aktywa trwałe.

2.8 Informacja o oddziałach

Platforma Mediowa Point Group nie posiada oddziałów

3. Opis działalności Emitenta

3.1 Konkurencja

W przypadku Grupy Kapitałowej PMPG konkuruje lub może konkurować w zakresie poszczególnych branż prowadzonej działalności. Emitent do swoich głównych konkurentów zalicza następujące grupy medialne: Agora S.A., Axel Springer, Wydawnictwo Bauer, Eurozet.

3.2 Pozycja Grupy PMPG w branży

Platforma Mediowa Point Group S.A. działa na szeroko definiowanym rynku mediów, nowych technologii oraz reklamy. Jest firmą średniej wielkości, która do końca 2009 r., jako wydawca działała na rynku czasopism i serwisów o charakterze hobbystycznym (Machina, Film, Sport24.pl) i społecznościowym (Machina, Dlaczego, Sport24.pl). W tym charakterze wypełniała pewne ściśle określone nisze rynkowe i nie konkurowała bezpośrednio z innymi firmami wydawniczymi czy holdingami mediowymi działającymi na rynku krajowym. Z kolei jako właściciel agencji marketingu 360 stopni, PMPG działa na doskonale konkurencyjnym rynku agencji reklamowych i komunikacji marketingowej.

Specyfiką spółki jest szeroki wachlarz świadczonych usług oraz unikatowość wielu produktów uzyskiwana dzięki efektowi synergii osiąganemu dzięki skupieniu w jednym podmiocie zarówno mediów, jak i działań zajmujących się kreacją i realizacją kampanii reklamowych. W związku z tym trudne jest wskazanie podmiotów w Polsce, które byłyby konkurencyjne bezpośrednio dla PMPG S.A., chociaż można wskazywać grupy o podobnej strukturze aktywów i oferujących podobny, chociaż nie tożsamy, zakres usług.

Przewagą konkurencyjną PMPG SA jest fakt, że firma należy do sektora przedsiębiorstw średnich i jako taka zachowuje znaczną elastyczność pozwalającą jej na efektywne zarządzanie i wykorzystywanie posiadanych zasobów z pominięciem tzw. „siły bezwładności”, jaką charakteryzują się duże przedsiębiorstwa.

Jednocześnie, z uwagi na fakt, że spółki GK PMPG SA do końca 2009 r. działały w precyzyjnie określonych niszach rynku mediów i reklamy, można mówić wyłącznie o częściowej konkurencji w zakresie poszczególnych tytułów (Machina i Film w zasadzie nie mają konkurencji na krajowym rynku, w segmencie czasopism studenckich Dlaczego ma mocną pozycję, ale ma również konkurencję w postaci internetowych serwisów studenckich, magazynów wydawanych w poszczególnych ośrodkach itp.) lub konkurencji w zakresie serwisów internetowych w przypadku mediów wydawanych przez spółki z grupy PMPG SA (Media Point Group, Sport24.pl).

W końcu grudnia 2009 r. PMPG SA podpisała umowę nabycia 80 proc. udziałów w Agencji Wydawniczo-Reklamowej WPROST, stając się tym samym wydawcą tygodnika WPROST. WPROST jest jednym z trzech największych tygodników opinii na polskim rynku. Stając się wydawcą tygodnika, PMPG SA weszła na nowy dla spółki, a zarazem wysoce konkurencyjny i trudny rynek mediów społeczno-politycznych i opinii, który na przestrzeni ostatniego roku podlegał dużym przeobrażeniom. Bezpośrednimi konkurentami tygodnika WPROST są: Polityka (wydawnictwo „Polityka” Spółdzielnia Pracy) oraz Newsweek Polska (wydawnictwo Axel Springer Polska).

W zakresie działalności agencji, BTL Point Group działa na konkurencyjnym rynku agencji reklamowych. Przewagą konkurencyjną BTL Point Group jest fakt, iż w ramach grupy PMPG SA może ona korzystać z powierzchni reklamowych pozostających w zasobach PMPG i proponować niestandardowe rozwiązania komunikacyjne, a także

kreatywne. Poza tym jej bezpośrednimi konkurentami w zdobywaniu budżetów klientów są pozostałe działające na rynku agencje reklamowe. Agencja BTL Point Group jest agencją średniej wielkości. W 2009 r. obsługiwała m.in. klientów z branży finansowej (banki), jak i ubezpieczeniowej oraz FMCG. Realizowała dla nich zarówno kampanie ATL, w tym kampanie telewizyjne (m.in. lokaty i konto BOŚ), jak i zadania z zakresu działań BTL oraz eventy kierowane do klientów i pracowników.

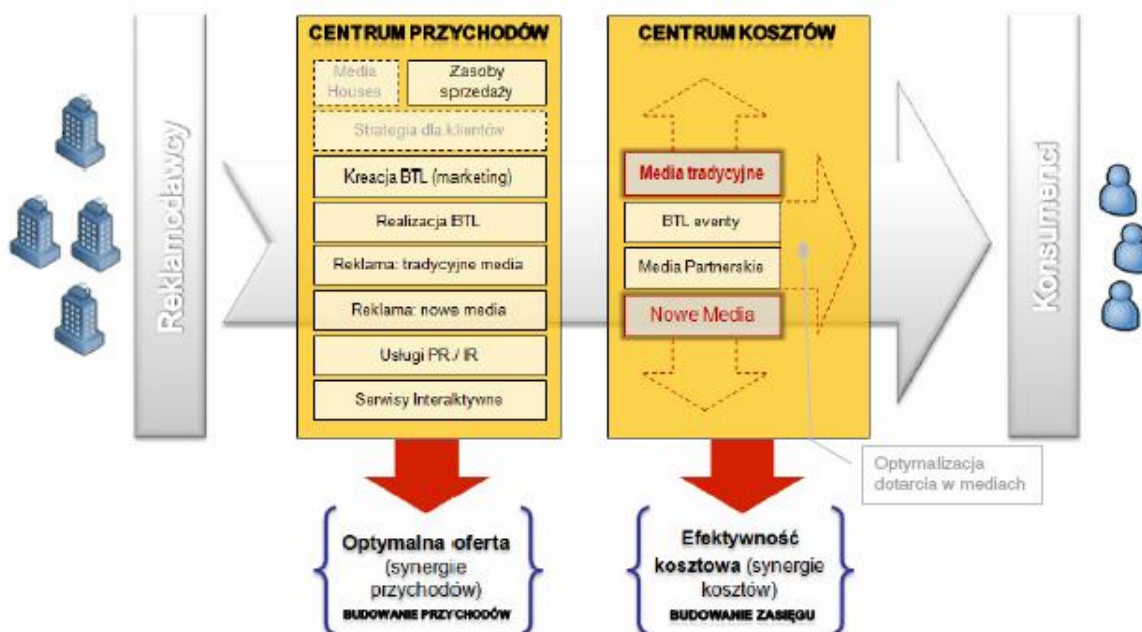
Z uwagi na kryzys gospodarczy i dające się odczuć spowolnienie na rynku mediów, w tym w szczególności prasy drukowanej, PMPG SA jako przede wszystkim wydawca niszowych tytułów prasowych nie była postrzegana jako konkurent wydawców prasy codziennej czy dużych grup medialnych. Sytuacja ta zmieniła się w momencie nabycia przez PMPG SA udziałów w AWR WPROST Sp. z o.o. oraz – wcześniej - zdecydowanego przyspieszenia rozbudowy działalności w Internecie (m.in. porozumienie o współpracy z Fox International Channels) i utworzenia Działu Out Of Home Media (nośniki Digital Singage) . Wymienione wydarzenia miały miejsce w IV kwartale 2009 r., zatem ich skutki dla pozycji konkurencyjnej Grupy będą widoczne i możliwe do oceny w kolejnych okresach.

Sam Zarząd PMPG SA pozycjonuje spółkę poprzez benchmarki, które są punktami odniesienia i pokazują, w którym miejscu rozwoju spółka się znajduje i do jakich celów dąży. Dla PMPG SA na polskim rynku takimi benchmarkami są następujące grupy medialne: Agora S.A., Axel Springer, Wydawnictwo Bauer, holding Eurozet, Polsat SA oraz Grupa ITI.

3.3 Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach

Platforma Mediowa Point Group S.A. prowadzi działalność operacyjną w obszarze informacji i komunikacji. Spółka tworzy holding wydawniczo-medialny działający w obszarze tradycyjnych i nowych mediów. Działalność medialna Platformy Mediowej Point Group S.A. wsparta jest działalnością marketingową w obszarze marketingu tradycyjnego oraz marketingu z wykorzystaniem nowych kanałów komunikacji (m.in. Internetu, telefonii komórkowej, nośników Digital Signage itp.), prowadzoną przez spółki zależne. Cechą charakterystyczną działalności Emitenta jest nacisk na wykorzystywanie efektu synergii, który osiąga dzięki posiadanemu portfolio mediów tradycyjnych (prasa), nowych mediów (serwisy internetowe) oraz szerokiemu zakresowi usług oferowanych w ramach usług komunikacji marketingowej.

Model biznesu: potencjał rozwoju




Przedmiot działalności Emitenta (zgodnie z brzmieniem statutu) obejmuje m.in. reklamę, wydawanie książek, gazet, czasopism i wydawnictw periodycznych, działalność poligraficzną oraz działalność radiową i telewizyjną.

Podstawową działalnością Platformy Mediowej Point Group S.A. jest tworzenie i zarządzanie posiadanymi aktywami w sektorze mediów. Działalność ta jest skorelowana z działalnością marketingową prowadzoną przez Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group. Działalność w obszarze mediów i marketingu jest prowadzona przy wykorzystaniu narzędzi z podsektorów TMT (ang. Technology, Media and Telecommunication), tj. w obszarze marketingu i reklamy, nowych technologii oraz telekomunikacji. Skorelowanie działalności spółek Grupy Kapitałowej Emitenta prowadzi do powstawania efektu synergii, wynikiem czego jest wzrost wartości dodanej produktów i usług oferowanych przez Emitenta.

Model biznesu: optymalizacja dotarcia / przychodów w mediach

	Druk	Internet	Gala	Wydania specjalne	Eventy Cykliczne	Media inne	Media kontentowe
Muzyka	Machina	Machina.pl	Machinery	Modne Miasta Design Wyd. urodzinowe	Cykliczne imprezy muzyczne	Nośniki na koncertach	Bombardaj.pl 100latka.pl
Film / Kultura	Film	film.com.pl	Złote Kaczki	Gold Edition, MH, KH Cykle filmowe	Premiery reżyserzy aktorzy	TBD	Filmopedia, Pstarek.pl, Młotanie
Edukacja	?Dlaczego	dlaczego.interia.pl	SPRy	Sporoottym SD Dlatego	Guru dla studentów	Produkty na Uczelniach	Korba.pl
Sport	Sportlife	Sport24.pl	TBD	Sportlife [temat]	Uefa lato	TBD	Sport24.pl

Legenda:
 Obszary tematyczne
 Media / Formaty
 realizowane
 w przeróbce
 w planach



Oferty produktowe i usługowe Emitenta skierowane do klientów, posiadają tę zasadniczą cechę, że wzajemnie się uzupełniają. Dzięki temu Emitent posiada możliwość zwrócenia się do klientów z kompleksową ofertą w zakresie dotarcia do określonych grup docelowych, obejmującą zarówno przygotowanie strategii komunikacji, jak i realizację pełnej kampanii komunikacyjnej lub jej wybranych elementów oraz wykorzystanie powierzchni reklamowych znajdujących się w zasobach grupy.

Emitent występuje w tym przypadku w roli medium (dzięki posiadanym tytułom mediowym) przekazującego i kreującego treści, posiadającego jednocześnie wyspecjalizowane narzędzia promowania i budowania wizerunku klientów (agencje marketingowe).

Emitent jest spółką dominującą w Grupie Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group, skupiającej działalność w obszarze dwóch branż:

(1) medialnej – tworzenie i zarządzanie własnymi aktywami mediowymi oraz,
(2) marketingowej – usługi marketingowe (w szczególności w obszarze marketingu bezpośredniego).

W ujęciu sektorowym gospodarki, działalność Emitenta wpisuje się w ramy rynku Technology, Media and Telecommunication (TMT). Czynnikiem charakterystycznym dla Emitenta jest nowoczesne podejście do zagadnienia tworzenia wartości dodanej w obszarze rynku TMT. Celem Emitenta jest tworzenie efektywnych przedsięwzięć z pogranicza mediów i marketingu oraz w przyszłości - bezprzewodowej telefonii cyfrowej (Nowe Media).

Wszystkie przedsięwzięcia w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta realizowane są w czterech głównych liniach biznesowych:

- (1) Media Telewizyjne (Dystrybucja treści video B2B / B2C);
- (2) Media Prasowe / Drukowane (Budowanie dotarcia poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: Informacja, Film, Kultura, Muzyka, Edukacja, Sport);

- (3) Nowe Media (Gromadzenie ruchu w sieci / budowanie dotarcia poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: Informacja, Film, Kultura, Muzyka, Edukacja, Sport);
- (4) Zasoby (agencja reklamowa BTL, drukarnia Gemtext Sp. z o.o., News PR Sp. z o.o., Działy: Administracja i Finanse, Prawny).

Według klasyfikacji przyjętej przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie, na której notowane są akcje Platformy Mediowej Point Group S.A., Spółka należy do sektora: Media.

Podstawową działalnością spółek tworzących Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group jest:

- **Platforma Mediowa Point Group S.A. - reklama,**
- **Admobile sp. z o.o. - marketing mobilny,**

Specjalizuje się w obsłudze konkursów niestandardowych, wykorzystujących technologie mobilną. W 2007 roku agencja admoblie została powiększona o departament interactive, tym samym jest jednym z pierwszych w polsce partnerów mogących w ramach własnych struktur przeprowadzić duże kampanie internetowe z wykorzystaniem technologii mobilnych. Działalność admoblie jest wsparta doświadczeniem grupy zdobytym przy utworzeniu spółki Telecommedia sprzedanej w 2004 roku funduszowi bbi. Telecommedia specjalizuje się w działaniach premium sms. mając tak bogate doświadczenie w branży w 2005 roku Point Group sp. z o.o. przejął inny podmiot działający na rynku premium sms pod firma admoblie sp. z o.o.

- **Media Point Group sp. z o.o. - wydawanie czasopism,**

Media Point Group jest właścicielem i wydawcą portali internetowych: korba.pl (najpopularniejszy portal studencki) i machina.pl, itp. oraz wydawcą pism: „machina”(nagrodzona licznymi nagrodami jak np.: chimery) „film” (jeden z najstarszych polskich miesięczników) „?dlaczego”, „dlatego!” oraz inne tytuły o rzadszej częstotliwości niż miesięczniki („sporootym”, „modne miasta” oraz inne).

- **BTL Point Group sp. z o.o. - komunikacja marketingowa,**

BTL tworzy drugi - obok działań wydawniczych - niezwykle ważny trzon funkcjonowania Platformy Mediowej Point Group. Spółka świadczy usługi promocyjne, wyspecjalizowane w dużej mierze w dotarciu do młodych konsumentów. Usługi typu eventy, działania w sieciach oraz niestandardowe formy promocji. Portfel kluczowych klientów BTL Point Group sp. z o.o. to: Adidas, Tchibo, Ruch, Philips, Muller, BOŚ Bank oraz wielu innych.

- **Gemtext sp. z o.o. - działalność poligraficzna,**

W 2006 roku w celu zmniejszenia kosztów obsługi klientów, spółka Point Group sp. z o.o. zakupiła drukarnię Gemtext sp. z o.o. mieszczącą się w Piasecznie. Zakup ten uzasadniony był perspektywami rozwoju spółki Gemtext sp. z o.o. zarówno dzięki działalności wewnątrz grupy Platforma Mediowa Point Group, korzystającej w szerokim zakresie z usług poligraficznych, jak i dzięki perspektywom branży.

W wyniku dwóch umów zakupu udziałów z dnia 26.09.2008 r. PMPG objęła 100% udziałów w spółce Gemtext Sp. z o.o.

▪ **News PR sp. z o.o. – komunikacja marketingowa i pr,**

Spółka News PR, w której PMPG objęła 100% udziałów w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów świadczy usługi w zakresie public relations ze specjalizacją inwestor relations. Wynika to z faktu szybkiego rozwoju rynku giełdowego w Polsce i rosnących potrzeb spółek notowanych na GPW w Warszawie.

▪ **TV Point Group sp. z o.o. – działalność radiowa i telewizyjna,**

w której PMPG objęła 100% udziałów w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów TV Point Group sp. z o.o., miało na celu stopniowe wydzielenie działalności telewizyjnej do jednej spółki w ramach grupy PMPG.

▪ **Sport24.pl sp. z o.o. – wydawanie serwisów internetowych,**

Zarządza portalem sport24.pl. serwis znajduje się w top 5 niezależnych witryn o tematyce dotyczącej dyscyplin sportowych w Polsce (źródło: stat.pl), i jest internetowym liderem w dziedzinach takich jak hokej, żużel czy karting. Strategia rozwoju portalu zakłada, iż będzie on jednym z głównych dostawców informacji o euro2012 i olimpiadzie. Ponadto spółka działa również w zakresie marketingu sportowego, PR, eventów i zarządzania prawami sportowymi. Inwestycja jest więc rozszerzeniem świadczonych dotychczas usług przez platformę Mediowa point group oraz kontynuacją strategii rozwoju w obszarze entertainment (sport, muzyka, film).

▪ **Gretix sp. z o.o. – działalność telekomunikacyjna, serwisy internetowe,**

Gretix.com jest serwisem internetowym, który za pomocą e-mail oraz sms przypomina swoim użytkownikom o ważnych dla nich wydarzeniach takich jak urodziny, imieniny, ale także niezapłaconych rachunkach czy kończącym się ubezpieczeniem. Jego model biznesowy opiera się na sprzedaży reklamy kontekstowej, która dociera do użytkownika razem z ustawionym przez niego przypomnieniem. Dodatkowo za pomocą platformy e-commerce w ramach serwisu użytkownicy mogą kupować prezenty oraz dostarczać je pod wskazany adres. Gretix.com jest również pierwszym w portfolio Platformy Mediowej Point Group serwisem transakcyjnym. Dzięki objęciu udziałów w tej spółce, PMPG wchodzi na dynamicznie rosnący rynek ecommerce.

▪ **Media Works S.A. – sprzedaż powierzchni reklamowej,**

W czerwcu 2008 roku Platforma Mediowa Point Group przejęła grupę Media Works. Zakup grupy Media Works i BMS to inwestycja spółki w najszybciej rosnące segmenty rynku reklamowego. Media Works s.a. jest firmą reklamy zewnętrznej, do której należą spółki Watch Out Door sp. z o.o. i Flaming Advertising Polska sp. z o.o.

▪ **Watch Out Door sp. z o.o. – sprzedaż powierzchni reklamowej,**

Watch Out Door sp. z o.o. zarządza siecią billboardów w prestiżowych lokalizacjach oraz pozyskuje duże powierzchnie reklamowe - siatki wielkoformatowe.

▪ **Flaming Advertising Polska sp. z o.o. – sprzedaż powierzchni reklamowej,**

Flaming Advertising Polska sp. z o.o. działa jako broker reklamy zewnętrznej w ramach Media Works. Media out-of-home, którymi zarządza Media Works, będą stanowiły istotne uzupełnienie portfolio usług komunikacji marketingowej PMPG i wzmocnienie zasobów spółki. Budowa ogólnopolskiej sieci nośników reklamowych premium jest jednym z elementów znajdujących się w długoterminowej strategii spółki.

▪ **Bluetooth and Marketing Services sp. z o.o. - sprzedaż powierzchni reklamowej,**

Broker reklamy internetowej, działający również na rynku nowych technologii, m.in. bluetooth marketingu i marketingu mobilnego.

▪ **Index Copernicus International S.A. – wydawanie serwisu internetowego, czasopism i wydawnictw periodycznych,**

PMPG jest inwestorem strategicznym w spółce Index Copernicus s.a., notowanej od 2008 r. na new connect., istnieje od 1995 roku, początkowo jako wydawca czasopism naukowych z zakresu medycyny. W 2006 roku, po stworzeniu serwisu index copernicustm (ic) w oparciu o algorytmy, metodologie oraz rozwiązania analityczne, objęte ochroną patentową w Stanach Zjednoczonych, spółka udostępniła system użytkownikom na całym świecie. Obecnie w ic, który stał się platformą globalnej współpracy naukowej zarejestrowanych jest blisko 300 tys. naukowców. Dzięki modułowi ic scientists, będącemu częścią serwisu ic, naukowcy z całego świata reprezentujący branżę smt (science, technology, medicine) mają możliwość publikacji swoich prac i poddawania ich ocenie pozostałych użytkowników. Ic ma umowy z ośrodkami i instytucjami na całym świecie, m.in. ze State University of New York czy firmą Beijing Guideline, która ma wyłączność na ocenę wartości naukowej uczonych w Chinach. Z wersji testowej rozwiązań Index Copernicusa z zadowoleniem korzystają również unijne instytucje, odpowiedzialne za przyznawanie grantów na badania naukowe. W 2007 roku spółka wprowadziła do sieci platformę vrg (virtual research group) zintegrowaną z ic scientists do wykorzystania we współpracy z międzynarodowymi koncernami farmaceutycznymi przy badaniach klinicznych leków w polsce oraz w krajach europy środkowej i wschodniej.

▪ **Agencja Wydawniczo – Reklamowa WPROST Sp. z o.o. – wydawanie prasy.**

Agencja wydawniczo-reklamowa, jest wydawcą jednego z najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych w Polsce – tygodnika WPROST. Ponadto spółka wydaje szereg serwisów internetowych o charakterze informacyjnym lub zawierających komentarze do bieżących wydarzeń, w tym m.in. Wprost.pl, Gover.pl, Infotuba.pl, Pitbul.pl, Blogbox.com.pl.

▪ **DISTRIBUTION POINT GROUP Sp. z o.o.**

Spółka zajmuje się działalnością dystrybucyjną oraz direct marketingiem tj. zarządzanie bazami danych, mailingi, konfekcjonowanie, itp.

▪ **Point Group Media City sp. z o.o.**

Zmiana dotychczasowej nazwy spółki wiąże się ze zmianą celów jej działania. Point Group Media City ma zarządzać powierzchnią biurową wynajmowaną przez spółki z grupy PMPG SA oraz podjąć działania zmierzające do budowy wspólnej siedziby dla spółek grupy.

▪ **One Group sp. z o.o. – wydawanie serwisów internetowych,**

▪ **Point Group Financial Admobile Sp. z o.o. sp. komandytowa**

Doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania.

▪ **New Media Point Group Sp. z o.o. w organizacji**

Nowe technologie, nowe media. Sprzedaż powierzchni reklamowej w tzw. nowych mediach.

3.4 Sezonowość sprzedaży

Działalność Spółki charakteryzuje się okresowymi wariacjami wielkości przychodów. Z analiz sporządzanych corocznie wynika, iż pierwszy kwartał jest jednym z najsłabszych okresów działalności spółki w ujęciu rocznym. Najlepszym okresem dla działalności spółki jest III i IV kwartał, ze względu na wzrost przychodów z działalności reklamowej.

Rynek usług reklamowych charakteryzuje się sezonowością i cyklicznością. Dlatego też przychody ze sprzedaży oraz wynik finansowy w III i IV kwartale nie odpowiadają proporcjonalnie przychodom oraz wynikowi przedstawionemu w poprzednich kwartałach.

3.5 Portfel zamówień

Portfel zamówień

Platforma Mediowa Point Group S.A. prowadzi działalność operacyjną w obszarze informacji i komunikacji. Spółka tworzy holding wydawniczo-medialny działający w obszarze tradycyjnych i nowych mediów. Działalność medialna Platformy Mediowej Point Group S.A. wsparta jest działalnością marketingową w obszarze marketingu tradycyjnego oraz marketingu z wykorzystaniem nowych kanałów komunikacji.

Jednym z podstawowych - obok działań wydawniczych - niezwykle ważnych trzonów funkcjonowania Platformy Mediowej Point Group tworzy spółka BTL. Spółka świadczy usługi promocyjne wyspecjalizowane w dużej mierze w dotarciu do określonej grupy konsumentów.

BTL Point Group zdobył zaufanie swoich klientów poprzez realizację takich projektów jak:

- **RUCH SA** – gala na 90-lecie firmy, eventy związane z programem Partner Roku;
- **PKO BP** – Prohibicja w Krakowie– Niezwykła impreza przenosząca gości w szalone lata 20te (stroje z epoki, samochody, „gangsterzy”);
- **JACK DANIELS** – event nawiązujący do rockowego charakteru marki;
- **DOMOTEKA** – akcje eventowe dla najmłodszych, dzień dziecka z Domoteką;
- **DOMOTEKA DESIGN FASHION NIGHT** – niezwykle połączenie światła, dźwięku plus światowej sławy designer;
- **PZU SA** – scena w formie PIT STOPU rodem z formuły 1;
- **TVP SA** – Festiwal w Opolu – impreza dla VIPów w półkolistym namiocie hi-tech z designerskim wystrojem wnętrza i wizualizacjami w 3D;
- **EVENTY WŁASNE (we współpracy z Media Point Group):** Machinery, Machina Design Awards – po raz pierwszy impreza o tak dużej skali zorganizowana w hangarze LOT, na warszawskim Okęciu; Złote Kaczki – najstarsze nagrody filmowe w Polsce, transmisja na żywo w TVP.

Drugim istotnym źródłem przychodów w PMPG SA jest sprzedaż powierzchni reklamowej w magazynach i serwisach wydawanych przez Media Point Group. Z uwagi na trudny rynek i spowolnienie gospodarcze w 2009 r., które najbardziej dotknęło rynek mediów i reklamy właśnie, spółka realizowała kilka większych budżetów i dużą liczbę niewielkich budżetów. Do największych klientów Media Point Group w 2009 r. należały: Sony Ericsson Mobile Communications, Telekomunikacja Polska, Molkerei Alois Muller, Bank Ochrony Środowiska oraz Unilever Polska. Najwięksi klienci realizowali w mediach PMPG SA całe kampanie reklamowe, zarówno prasowe, jak i internetowe. Szereg mniejszych klientów korzystał z powierzchni reklamowych mediów PMPG SA dla zamieszczenia pojedynczych lub okazjonalnych reklam i komunikatów.

Pozostałe spółki grupy osiągały przychody ze swojej statutowej działalności.

3.6 Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Grupy Kapitałowej PMPG

Najważniejsze umowy zawarte w 2009 r. istotne z punktu widzenia rozwoju Spółki to:

- **Zakup udziałów w A. W. R. „WPROST” sp. z o.o.**

Na mocy umowy z Qebonto Holdings Limited PMPG S.A. z dnia 28 grudnia 2009 r. PMPG S.A. nabyła 80 udziałów o łącznej wartości nominalnej 40.000 PLN (czterdzieści tysięcy złotych), co stanowi 80 proc. (osiemdziesiąt procent) kapitału zakładowego i 80 proc. (osiemdziesiąt procent) głosów na Zgromadzeniu Wspólników w Spółce Agencja Wydawniczo - Reklamowa „WPROST” sp. z o.o. Łączna cena zakupionych udziałów wynosi 8 072 500 PLN (osiem milionów siedemdziesiąt dwa tysiące pięćset złotych). Wartość ewidencyjna udziałów jest równa cenie nabycia. Objęte udziały stanowią inwestycję długoterminową.

Umowa ta będzie miała istotny wpływ na działalność Grupy Kapitałowej PMPG SA w roku 2010 i kolejnych. Zakup udziałów w A.W.R. „WPROST” istotnie wpłynie na pozycjonowanie PMPG na rynku mediowym, gdyż stanowi uzupełnienie portfolio GK PMPG o brakujący tytuł opiniotwórczy, jakim jest ogólnopolski tygodnik społeczno-informacyjny "WPROST".

- **PMPG w Internecie z Fox International Channel, multimedialnym ramieniem News Corporation**

Istotne znaczenie dla pozycjonowania Spółki ma również podpisane w dniu 5 listopada 2009 r. porozumienie MoU (*Memorandum of Understanding*) z **Fox International Channels**, spółką będącą multimedialnym ramieniem **News Corporation**, zajmującą się produkcją i dystrybucją kanałów płatnej telewizji oraz treści i usług cyfrowych w Internecie i za pośrednictwem telefonii komórkowej na rynku międzynarodowym. Celem porozumienia jest stworzenie spółki typu *joint venture*, która będzie posiadała prawa do wykorzystywania nazwy *Fox Networks* (czyt. *Punto Fox Networks*) i będzie oferowała usługi reklamowe w Internecie, marketing internetowy oraz usługi z tym związane.

Na mocy umowy Firma Fox International Channels wniesie do spółki *know-how* i infrastrukturę techniczną, w tym technologie publikowania reklam w Internecie, umożliwiając ich sprzedaż. Ponadto zagwarantuje stałą liczbę odwiedzin z własnej sieci

reklamowej. Nowo założona spółka będzie spółką zależną PMPG S.A. Obecnie trwa proces rejestracji spółki.

- **Platforma Mediowa Point Group z koncesją dla Machina TV**

W dniu 3 września 2009 r. spółka zależna PMPG S.A. – TV Point Group Sp. z o.o., otrzymała decyzję Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o przyznaniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób rozsiewczy satelitarny, programu telewizyjnego o charakterze muzyczno-rozrywkowym pod nazwą „Machina TV”. Koncesja została wydana na 10 lat i obowiązuje od dnia 24 sierpnia 2009 r. do 23 sierpnia 2019 r. Przyznanie koncesji stanowi zamknięcie etapu formalnego prac związanych z uruchomieniem kanału Machina TV.

- **Zakup serwisu internetowego www.ocen.pl**

W dniu 10 sierpnia 2009 r. została podpisana umowa kupna serwisu internetowego ocen.pl. od Druid Multimedia sp. z o.o. Umowa ta ma znaczenie przede wszystkim z punktu widzenia strategii rozwijania portfolio spółki w kategorii tematycznej *Edukacja* oraz rozszerzania posiadanych brandów na kolejne pola eksploatacji. Serwis ocen.pl został włączony do grupy serwisów edukacyjnych obejmującej serwis Korba.pl oraz uruchomiony pod koniec 2009 r. serwis Dlaczego.com.pl.

Ocen.pl to jedyne medium umożliwiające studentom dokonanie oceny wykładowcy i zapoznanie się z opiniami innych. Notuje ok. 700 000 odsłon i ok. 100 000 unikalnych użytkowników miesięcznie. Posiada 40 000 zarejestrowanych użytkowników. W systemie oceniania sklasyfikowano 802 wydziały na 333 uczelniach oraz 14 000 ocenionych wykładowców.

- Emitent nie posiada wiedzy na temat umów zawartych pomiędzy akcjonariuszami.

3.7 Informacje o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi

Spółka zawierała z podmiotami powiązanymi transakcje wyłącznie na warunkach rynkowych.

Zgodnie z MSR 24 podmiotami powiązanymi osobowo z PMPG, a które nie podlegają konsolidacji są spółki 3P Inwestycje Internetowe Sp. z o.o. oraz Parrish Media N.V.

3.8 Umowy kredytów i pożyczek

Grupa Kapitałowa PMPG korzysta w 2009 r. z następujących kredytów i pożyczek:

W dniu 30 lipca 2009 roku Spółka PMPG S.A. podpisała umowę z BRE Bankiem S.A. w sprawie otwarcia linii kredytowej udzielonej przez bank na okres od 30 lipca 2009 do 9 września 2010 roku, która daje możliwość pozyskania finansowania na łączną kwotę 4.500 tys. złotych, z czego:

PMPG S.A.	-	2.600 tys. złotych,
Media Point Group Sp. z o.o.	-	1.200 tys. złotych,
BTL Point Group Sp. z o.o.	-	700 tys. złotych.

Nazwa podmiotu finansującego	Podmiot zaciągający pożyczkę	Termin zaciągnięcia pożyczki	Wielkość pożyczki (w tys. zł)	Termin wymagalności
Michał.M.Lisiecki	PMPG S.A.	29.12.2009	1.000	31.12.2010
Michał.M.Lisiecki	PMPG S.A.	17.04.2009	2.800	31.12.2010

W 2009 r. zostały zawarte następujące umowy pożyczek pomiędzy podmiotami z Grupy Kapitałowej PMPG:

Nazwa podmiotu finansującego	Podmiot zaciągający pożyczkę	Termin Zaciągnięcia kredytu/ pożyczki	Wielkość kredytu/ pożyczki (w tys. zł)	Termin wymagalności
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	01.04.2007	150	31.12.2008(1)
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	05.09.2007	150	31.12.2009(2)
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	20.05.2009	200	30.12.2010
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	12.10.2009	50	31.08.2010
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	05.11.2009	50	31.12.2010
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	24.11.2009	50	31.12.2010
PMPG S.A.	Gemtext Sp z o.o.	05.11.2009	60	31.12.2010
PMPG S.A.	TV Point Group Sp. z o.o.	17.08.2007	100	17.08.2008(3)
PMPG S.A.	TV Point Group Sp. z o.o.	29.10.2007	400	29.10.2009(4)
PMPG S.A.	TV Point Group Sp. z o.o.	16.11.2009	150	31.12.2010
PMPG S.A.	Gretix Sp. z o.o.	27.01.2007	40	27.01.2008(5)
PMPG S.A.	Gretix Sp. z o.o.	03.03.2007	20	03.03.2008(6)
PMPG S.A.	Gretix Sp. z o.o.	29.10.2007	100	29.10.2008(7)
PMPG S.A.	Piotr Surmacki	31.07.2004	148,5	31.07.2009
PMPG S.A.	Smart Marketing Solutions	23.09.2008	250	23.09.2009
PMPG S.A.	Smart Marketing Solutions	29.10.2008	50	29.10.2009
PMPG S.A.	Smart Marketing Solutions	17.02.2009	260	30.06.2009
PMPG S.A.	Index Copernicus International S.A	20.10.2009	70	01.10.2010

(1) W dniu 31.12.2008 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki Gemtext Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku,

(2) W dniu 31.12.2009 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki Gemtext Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 30.09.2010 roku,

(3) W dniu 15.08.2008 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki TV Point Group Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku,

(4) W dniu 29.10.2009 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki TV Point Group Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku,

(5) W dniu 31.12.2009 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki z Gretix Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku,

(6) W dniu 31.03.2009 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki z Gretix Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku,

(7) W dniu 28.10.2008 roku Emitent podpisał aneks do umowy pożyczki z Gretix Sp. z o.o. zmieniający datę wymagalności na dzień 31.12.2010 roku.

Powyższe wartości są wartościami bilansowymi przed eliminacjami konsolidacyjnymi.

3.9 Otrzymane oraz udzielone gwarancje i poręczenia

Poniżej opisano obowiązujące w 2009 r. gwarancje bankowe uzyskane w latach poprzednich

- **Gwarancja bankowa umowy najmu**

W czerwcu 2006 r. pomiędzy Ceresco Poland Sp. z o.o. a Point Group Sp. z o.o. została zawarta umowa najmu powierzchni biurowej w Warszawie przy Al. Jerozolimskich 146. Przedmiotem umowy są pomieszczenia biurowe zlokalizowane w Budynku C w obrębie „Jerozolimskie Business Park” o powierzchni 1300 m² oraz 8 zewnętrznych oraz wewnętrznych miejsc parkingowych przeznaczonych na wyłączne użytkowanie przez Najemcę. Wartość Gwarancji określono na 317 tys. PLN.

W dniu 22 sierpnia 2008 roku nastąpiło zwolnienie środków z lokaty stanowiącej zabezpieczenie na rzecz Ceresco Poland Sp. z o.o., natomiast została utworzona nieodwołalna lokata terminowa stanowiąca zabezpieczenie na rzecz firmy Jerozolimskie Business Park Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy Pl. Marszałka Piłsudskiego 1. Blokada środków ustawiona jest od dnia 22 sierpnia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku.

- **Gwarancja bankowa umowy najmu**

W maju 2008 roku pomiędzy Polish Real Property Sp. z o.o. a firmą BTL Point Group Sp. z o.o. została zawarta umowa najmu powierzchni biurowej w Warszawie, przy Al. Jerozolimskich 146. Umowa dotyczy wynajmu pomieszczeń zlokalizowanych w budynku D w obrębie parku „Jerozolimskie Business Park”. Wartość Gwarancji określono na 34 995,11 EUR. (121 746,26 PLN). Zabezpieczeniem gwarancji jest weksel wystawiony przez BTL Point Group Sp. z o.o. Zgodnie z umową termin wymagalności gwarancji to 30.11.2012 r.

W dniu 11 grudnia 2008 roku została zawarta przez Polish Real Property Sp. z o.o. umowa sprzedaży nieruchomości położonej w Warszawie przy Al. Jerozolimskich 146 obejmującej przedmiot najmu. Nabywcą nieruchomości jest Jerozolimskie Offices Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W związku z powyższym Jerozolimskie Offices Sp. z o.o. wstąpiła w stosunek najmu w miejsce Polish Real Property Sp. z o.o.

• Gwarancje zapłaty

W dniu 29.05.2009 roku na zlecenie Media Point Group Sp. z o.o. została wystawiona przez BRE Bank S.A. Gwarancja Dobrego Wykonania na usługi związane z wydawaniem wewnątrz korporacyjnego magazynu TP „Teletrendy” na zlecenie Telekomunikacji Polskiej S.A. Wartość gwarancji wynosi 19 365,00 złotych. Zgodnie z umową, gwarancja ważna jest od dnia wystawienia do dnia 31.05.2010 roku.

W dniu 04.11.2009 roku na zlecenie BTL Point Group Sp. z o.o. została wystawiona przez BRE Bank S.A. Gwarancja bankowa przetargowa nr 02453KTG09 w celu zagwarantowania prawidłowego wykonania zobowiązań wynikających z warunków przetargu ogłoszonego przez Związek Polskie Mięso. Wartość gwarancji wynosi 200 000,00 złotych. Zgodnie z umową, gwarancja jest ważna od dnia wystawienia do dnia 06.08.2010 roku.

Poza wskazanymi powyżej podmioty z Grupy Kapitałowej PMPG S.A. nie udzielały, ani nie otrzymywały innych poręczeń lub gwarancji

4. Prezentacja sytuacji finansowej Emitenta

4.1 Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych

4.1.1 Stosowane zasady rachunkowości

Szczegółowy opis stosowanych zasad rachunkowości stosowanych przez Spółkę został zawarty w sprawozdaniu finansowym.

4.1.2 Wyniki finansowe w roku obrotowym 2009

Wybrane dane finansowe Emitenta za lata 2009-2008 w tys. zł.

Wyszczególnienie	2009	2008
Przychody netto ze sprzedaży	11 603	21 173
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	1 931	6 224
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 672	14 949
Koszty sprzedaży	360	1 342
Koszty ogólnego zarządu	13 954	9 954
Pozostałe przychody operacyjne	11 246	2 664
Pozostałe koszty operacyjne	244	373
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	6 360	5 944
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	6 993	6 324
Przychody finansowe	1 843	798
Koszty finansowe	3 540	289
Zysk/(strata) z udziałów w jednostkach		

podporządkowanych wycenianych metodą praw własności		
Zysk (strata) brutto	4 663	6 453
Podatek dochodowy	580	1 094
Zysk (strata) netto	5 243	5 359
Aktywa razem	64 020	47 920

W 2009 r. przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów zmalały o kwotę 9 570 tys. zł w porównaniu z 2008 r. Wynik finansowy w wysokości 5 243 tys. zł ukształtował się na poziomie porównywalnym do wyniku za 2008 rok.

Przepływy środków pieniężnych za lata 2009-2008 w tys. zł.

Przepływy środków pieniężnych	2009	2008
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 285	(898)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(9 970)	(21 156)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	3 636	23 521
Przepływy pieniężne netto razem / Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	(1 049)	1 467
Środki pieniężne na początek okresu	1 500	33
Środki pieniężne na koniec okresu	451	1 500

Na koniec 2009 r. stan środków pieniężnych w Emitenta wynosił 451 tys. zł i uległ zmniejszeniu w odniesieniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 1 049 tys. zł.

4.2 Wskaźniki finansowe

Wskaźniki rentowności Emitenta za lata 2009-2008

Wskaźniki rentowności	2009	2008
Rentowność brutto ze sprzedaży	82,76%	70,60%
Rentowność działalności operacyjnej	54,81%	28,07%

Rentowność brutto	40,19%	30,48%
Rentowność netto	45,19%	25,31%
Rentowność aktywów – ROA	8,19%	11,18%
Rentowność kapitału własnego – ROE	11,64%	13,10%

W 2009 roku na dość wysokim poziomie utrzymywały się wskaźniki rentowności kapitału ROE oraz aktywów ROA. Wskaźnik rentowności aktywów wyniósł 8,19%, zaś wskaźnik rentowności kapitału 11,642%.

Wskaźniki zadłużenia PMPG za lata 2009-2008

Wskaźniki zadłużenia	2009	2008
Wskaźnik ogólnego zadłużenia [(zobowiązania długo- i krótkoterminowe + rezerwy na zobowiązania)/pasywa ogółem]	29,63%	14,63%
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych [(zobowiązania długo- i krótkoterminowe + rezerwy na zobowiązania)/kapitały własne]	42,10%	17,14%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego (zobowiązania długoterminowe/pasywa ogółem)	0,07%	0,05%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego (zobowiązania krótkoterminowe/pasywa ogółem)	29,55%	14,58%

Wskaźniki płynności za lata 2008-2009

W ocenie płynności wykorzystano następujące wskaźniki finansowe:

- Wskaźnik płynności bieżącej – aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe
- Wskaźnik płynności szybkiej - (aktywa obrotowe – zapasy – krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe)/zobowiązania krótkoterminowe.

Wskaźniki płynności	2009	2008
Wskaźnik płynności bieżącej	1,88%	3,83
Wskaźnik płynności szybkiej	1,79%	3,77

Wskaźnik płynności bieżącej obrazujący zdolność Grupy Kapitałowej do obsługi krótkoterminowych zobowiązań z aktywów obrotowych na koniec 2009 r. wyniósł 1,88%.

Wskaźnik płynności szybkiej w latach 2008-2009 wynosił odpowiednio 3,77% oraz 1,79%.

4.3 Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu

Struktura aktywów PMPG za lata 2009-2008

Wyszczególnienie	2009	2008
Wartości niematerialne i prawne/Aktywa	1,79%	3,41%
Rzeczowe aktywa trwałe/Aktywa	0,57%	0,92%
Należności krótkoterminowe/Aktywa	30,49%	45,84%
Zapasy/Aktywa	-	0,02%

Podstawową pozycją aktywów Emitenta są aktywa obrotowe, w tym w szczególności należności krótkoterminowe. Niski poziom rzeczowych aktywów trwałych wynika ze specyfiki działalności opartej przede wszystkim na wkładzie intelektualnym.

Źródła kapitału Emitenta za lata 2009-2008 w tys. zł.

Źródła finansowania	2009	2008
Kapitał własny ogółem	45 053	40 910
Kapitał zakładowy	103 897	103 897
Nadwyżka ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej	(67 971)	(67 971)
Akcje własne	(1 100)	0
Kapitał zapasowy	5 359	0
Zysk (strata) z lat ubiegłych		(375)
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	5 243	5 359
Kapitał mniejszości	0	0
Zobowiązania	18 967	7 010
Zobowiązania długoterminowe	47	23
1. Oprocentowane kredyty bankowe i pożyczki	0	0
2. Pozostałe zobowiązanie	0	0
3. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	47	23
Zobowiązania krótkoterminowe	18 920	6 987
1. Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	14 057	5 699
2. Bieżąca część oprocentowanych kredytów bankowych i pożyczek	4 602	560
3. Podatek dochodowy	0	314

4. Rezerwy	221	414
5. Rozliczenia międzyokresowe	40	0
Pasywa razem	64 020	47 920

W roku 2008 dominujący udział w finansowaniu działalności Emitenta miały zobowiązania krótkoterminowe, które stanowiły 27,4% sumy bilansowej. W roku 2009 udział zarówno krótkoterminowych jak i długoterminowych zobowiązań uległ zwiększeniu odpowiednio o 11 957 w stosunku do 2008 roku.

4.4 Opis istotnych pozycji pozabilansowych

Spółka nie posiada istotnych pozycji pozabilansowych.

5. Czynniki rozwoju oraz opis ryzyk i zagrożeń

5.1 Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju

Działalność spółki polega przede wszystkim na wydawaniu czasopism, świadczeniu usług marketingowych, działalności Premium SMS, działalności PR, świadczeniu usług poligraficznych i drukarskich. Infrastruktura obecnego rynku mediów jest już ukształtowana i nie wymaga ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych. Wykorzystując Internet, sieci GSM dostęp do konsumenta jest znacznie łatwiejszy. Platforma Mediowa Point Group wykorzystując nowe technologie zapewnia kompleksową realizację projektów. Dzięki sukcesowi rynkowemu magazynu Machina, w przyszłości zostanie rozbudowana ta marka o nowe kanały komunikacji. Platforma zamierza rozpocząć działalność radiową oraz telewizyjną. Wynika to z naturalnej drogi rozwoju. PMPG w oparciu o stabilną część wydawniczą zamierza dynamicznie rozwijać działalność w zakresie tworzenia „treści” skupiając się przede wszystkim na nowych mediach. Jako „treści” rozumiane są zarówno materiały redakcyjne powstające w ramach obecnych struktur na potrzeby mediów drukowanych ale także kompleksowe materiały multimedialne. Realizacja tych działań będzie wymagała wzmocnienia obecnych struktur redakcyjnych, ale dzięki temu możliwe będzie zaoferowanie naszym obecnym kontrahentom szerszego spektrum możliwości dotarcia do konsumenta.

5.2 Istotne czynniki ryzyka i zagrożeń

Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta można podzielić na trzy grupy:

a.) ryzyka związane z działalnością Emitenta:

- ✓ ryzyko związane z zarządzaniem przedsiębiorstwa zorganizowanego w formie holdingu,
- ✓ ryzyko związane z odejściem kluczowych osób zarządzających,

- ✓ ryzyko związane z budową zespołów redakcyjnych,
- ✓ ryzyko związane z konsolidacją polskich wydawnictw prasowych,
- ✓ ryzyko związane z planowaną integracją mediów wewnątrz Grupy Kapitałowej Emitenta,
- ✓ ryzyko związane z uruchomieniem nowego kanału telewizji oraz radia opartych na marce „Machina”,
- ✓ ryzyko związane z budową interaktywnego tytułu „Ozon”,
- ✓ ryzyko uzależnienia od usługobiorców,
- ✓ ryzyko związane z silną konkurencją na rynku mediów,
- ✓ ryzyko związane z rozwojem branży internetowej,
- ✓ ryzyko Grupy Kapitałowej Emitenta związane z technologią informatyczną, przetwarzaniem danych, bezpieczeństwem systemów informatycznych oraz ochroną danych osobowych,
- ✓ ryzyko związane z odłożeniem w czasie realizacji niektórych celów emisji w przypadku wystąpienia trudności w pozyskaniu planowanych środków,
- ✓ ryzyko związane z realizacją planowanych przejęć,
- ✓ ryzyko związane z osobowymi powiązaniem Prezesa Zarządu oraz Członka Rady Nadzorczej.

b.) ryzyka związane z zakupem udziałów w A.W.R WPROST:

- ✓ ryzyko powodzenia inwestycji,
- ✓ ryzyka związane ze sprawami sądowymi z tytułu naruszenia dóbr osobistych osób trzecich, w których pozwany jest A.W.R WPROST, w szczególności sprawa z powództwa Russell J. Harlan i Małgorzata Natasza Cimoszewicz, w której Stanowy Sąd Okręgowy Księstwa Cook w stanie Illinois w dniu 23 lipca 2009 roku wydał wyrok, w którym zasądził kwoty 1 000 000 USD odszkodowania oraz 4 000 000 USD zadośćuczynienia na rzecz Powodów, przy czym by wyrok ten był wykonalny w Polsce musi zostać stwierdzona jego wykonalność przez sąd polski.

c.) ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Emitent prowadzi działalność:

- ✓ ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski,
- ✓ ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych,
- ✓ ryzyko związane z brakiem stabilności polskiego systemu podatkowego,
- ✓ ryzyko związane z kierunkiem rozwoju rynku mediów i rozrywki oraz marketingu i reklamy,
- ✓ ryzyko związane z wysoką konkurencyjnością rynku prasowego i telewizyjnego (w mediach tradycyjnych i internetowych),
- ✓ ryzyko związane ze zmieniającymi się trendami wśród młodych konsumentów.

d.) ryzyka związane z rynkiem kapitałowym i papierami wartościowymi Emitenta:

- ✓ ryzyko niedostatecznej płynności rynku i wahań cen akcji,

- ✓ ryzyko wynikające ze stanowiska Zarządu Giełdy w sprawie szczegółowych warunków dopuszczania i wprowadzania do obrotu giełdowego niektórych instrumentów finansowych,
- ✓ ryzyko związane z utrudnieniem w zbyciu/nabyciu oraz niewykonaniem praw poboru

Ogólny opis stopnia zagrożenia ww.ryzykami

Wyniki operacyjne Emitenta zależą od generalnych warunków gospodarczych, a także mogą podlegać wahaniom pod wpływem pogorszenia sytuacji w gospodarce polskiej i światowej. Powszechne zamieszanie na światowych rynkach finansowych oraz w systemach bankowych spowodowało utrudnienia w dostępie do kredytów, słabszą płynność finansową firm oraz szeroko zakrojone wycofywanie się z finansowania inwestycji, co miało niekorzystny wpływ na rozwój gospodarczy. Niekorzystne warunki ekonomiczne w regionie, a w szczególności spadek koniunktury w Polsce, negatywnie wpłynęły na polską branżę reklamową. Wydatki reklamowe netto w Polsce ogółem wyraźnie spadły w 2009 roku, co niekorzystnie odbiło się na przychodach. Pomimo, iż polska gospodarka nie odczuła recesji tak mocno, jak to miało miejsce w przypadku innych krajów, nasi klienci, wśród których są firmy międzynarodowe, mogli obniżyć światowe lub lokalne budżety reklamowe lub uznać reklamę lokalną za słaby punkt, co w takiej sytuacji mogło wpłynąć negatywnie na popyt na reklamy lokalne.

Nasi konkurenci mogą dysponować większymi zasobami finansowymi i marketingowymi, a także posiadać inne zasoby. W związku z tym istnieje ryzyko, że podmioty te podejmą bardziej intensywne działania rozwojowe, przeprowadzą kampanie promocyjne i zastosują bardziej agresywną politykę cenową, lub przygotują bardziej atrakcyjną ofertę skierowaną do obecnych i potencjalnych reklamodawców oraz klientów tytułów prasowych.

Zakup udziałów w nowej spółce A.W.R. WPROST wiąże się z ryzykiem niepowodzenia inwestycji. Dodatkowo w przypadku A.W.R WPROST pojawia się czynnik związany z potencjalnym obowiązkiem zaspokojenia roszczeń osób trzecich z tytułu naruszeń dóbr osobistych w związku z publikacjami w tygodniku Wpost, które miały miejsce jeszcze przed zakupem udziałów. W wyniku tych publikacji spółka jest pozwana w procesach sądowych, w wyniku których może być zobowiązana do zapłaty zadośćuczynień oraz poniesienia innych kosztów.

5.3 Opis głównych cech stosowanych systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem przez Emitenta

Zarząd Spółki Platforma Mediowa Point Group SA jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Grupie Kapitałowej i jego skuteczność w procesie sporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia z dnia 19 października 2005 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

Przeglądowi przez biegłego rewidenta podlegają półroczne sprawozdania finansowe; natomiast badaniu podlegają sprawozdania finansowe roczne: jednostkowe i skonsolidowane.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej funkcjonuje poprzez:

- półroczne przeglądy i roczne badania publikowanych sprawozdań finansowych PMPG S.A. i

- Grupy Kapitałowej przez biegłego rewidenta,

- ustalanie zakresu raportowania na bazie obowiązujących Międzynarodowych Standardów

- Rachunkowości (MSR) i Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),

- wewnętrzny podział obowiązków w procesie przygotowania sprawozdań finansowych grupy

- kapitałowej,

- autoryzacje sprawozdań finansowych przed publikacją.

Za przygotowywanie sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej, okresowej sprawozdawczości finansowej i bieżącej sprawozdawczości zarządczej Grupy odpowiedzialny jest pion finansowy nadzorowany przez Wiceprezesa Zarządu Spółki Platforma Mediowa Point Group SA.

6. Perspektywy rozwoju Emitenta

6.1 Misja Platformy Mediowej Point Group

Misją Platformy Mediowej Point Group jest zbudowanie silnego europejskiego koncernu o polskich korzeniach, działającego w sektorze mediów i komunikacji marketingowej.

6.2 Perspektywy rozwoju

W 2010 r. PMPG SA nie planuje znaczących inwestycji, nie wyklucza jednak, że będzie korzystała z okazji do akwizycji, jeżeli pojawią się sprzyjające okoliczności i atrakcyjne oferty.

Spółka skupi się natomiast na rozwoju zasobów będących w jej posiadaniu, w tym w szczególności na rozwoju marki Wprost, digitalizacji mediów prasowych, rozbudowie zasobów internetowych oraz sieci nośników OOH, rozwoju sieci Point Group Networks (brokera internetowego) oraz efektywnym wykorzystaniu prawa wyłączności do sprzedaży reklam w serwisie społecznościowym MySpace w Polsce.

6.3 Strategia rozwoju

Podstawową działalnością Platformy Mediowej Point Group S.A. jest tworzenie i zarządzanie posiadanymi aktywami w sektorze mediów. Działalność ta jest skorelowana z działalnością marketingową prowadzoną przez Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group. Działalność w obszarze mediów i marketingu jest prowadzona przy wykorzystaniu narzędzi z podsektorów TMT (ang. Technology, Media and Telecommunication), tj. w obszarze marketingu i reklamy, nowych technologii oraz

telekomunikacji. Skorelowanie działalności spółek Grupy Kapitałowej Emitenta prowadzi do powstawania efektu synergii, wynikiem czego jest wzrost wartości dodanej produktów i usług oferowanych przez Emitenta.

Oferty produktowe i usługowe Emitenta skierowane do klientów, posiadają tę zasadniczą cechę, że wzajemnie się uzupełniają. Dzięki temu Emitent posiada możliwość zwrócenia się do klientów z kompleksową ofertą w zakresie dotarcia do określonych grup docelowych, obejmującą zarówno przygotowanie strategii komunikacji, jak i realizację pełnej kampanii komunikacyjnej lub jej wybranych elementów oraz wykorzystanie powierzchni reklamowych znajdujących się w zasobach grupy.

Emitent występuje w tym przypadku w roli medium (dzięki posiadanym tytułom mediowym) przekazującego i kreującego treści, posiadającego jednocześnie wyspecjalizowane narzędzia promowania i budowania wizerunku klientów (agencje marketingowe).

W ujęciu sektorowym gospodarki, działalność Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group wpisuje się w ramy rynku Technology, Media and Telecommunication (TMT). Czynnikiem charakterystycznym dla Emitenta jest nowoczesne podejście do zagadnienia tworzenia wartości dodanej w obszarze rynku TMT. Celem Emitenta jest tworzenie efektywnych przedsięwzięć z pogranicza mediów i marketingu oraz w przyszłości - bezprzewodowej telefonii cyfrowej (Nowe Media).

W najbliższych latach strategia rozwoju Platformy Mediowej Point Group koncentrować się będzie głównie na:

- rozszerzaniu posiadanych silnych marek mediowych, również poprzez rozciągnięcie ich na nowe pola eksploatacji
- obecności w nowych mediach – poprzez przejęcia i budowę organiczną oraz budowę sieci witryn oraz innych nośników reklamowych, dla których będzie pełnić rolę brokera.
- rozwoju usług reklamowo-marketingowych z wykorzystaniem nowych technologii oraz synergii pomiędzy tradycyjną reklamą a reklamą w nowych kanałach komunikacji,
- rozwoju Grupy Kapitałowej poprzez akwizycje.

Działalność medialna

Platforma Mediowa Point Group zamierza rozbudować portfolio mediów w oparciu o posiadane już marki, takie jak WPROST, „Machina”, „?dlaczego”, „Film” czy Sport24.pl. Jeżeli chodzi o media hobbystyczne („Machina”, „Film”, „?dlaczego”), są one obecnie dobrze rozpoznawalne, mają jasno określone grupy odbiorców – można zatem budować wokół nich nowe projekty bez ponoszenia dodatkowych nakładów związanych z wprowadzaniem marki.

Na marce Machina zostanie oparta telewizja internetowa, portal oraz radio. Renoma „Machiny” pomoże wzbudzić zainteresowanie nowymi kanałami wśród dotychczasowych sympatyków magazynu, a także zapewni wsparcie promocji wydarzeń i tematów poruszanych na łamach miesięcznika. Jednocześnie oparcie tak szeroko zakrojonego przedsięwzięcia na marce Machiny będzie prowadzić do dalszego umocnienia jej pozycji na rynku krajowym.

Multimedialne zasoby treściowe Machina TV będą dostępne poprzez wiele różnych kanałów dystrybucji, takich jak telewizja tradycyjna (kabel, satelita), telewizja internetowa, portal Machina.pl, telefony komórkowe. Portal Machina.pl będzie gromadził treści z obszaru muzyki, pop-kultury i life-style tworzone w oparciu o zasoby bieżące i archiwum magazynu „Machina”.

Strategia rozwoju zakłada uczynienie z Platformy Mediowej Point Group S.A. jednego z liderów w zakresie dostarczania treści w sektorze mediów i rozrywki. Ma temu służyć udostępnianie atrakcyjnych treści filmowych z archiwum magazynu "Film". W połączeniu z muzycznym archiwum magazynu "Machina" zasoby te stworzą unikalną multimedialną bazę treści dla dynamicznie rosnącego rynku internetowego, mobilnego i premium SMS. Spółka planuje również rozwój profilu pisma oraz wzbogacenie brandu o nowe dodatki tematyczne.

W związku z wzbogacaniem oferty produktowej, Platforma Mediowa Point Group przewiduje także poszerzenie oferty produktów edukacyjnych poprzez rozwój poradników Sporootym, rozpoczęcie wydawanie poradników książkowych ukazujących się kwartalnie oraz rozwój publikacji multimedialnych.

Zakupiony w końcu grudnia 2009 r. tygodnik WPROST jest jednym z liderów rynku w segmencie tygodników opinii. Zmiany na rynku mediów tradycyjnych oraz kurczenie się rynku prasy powodują, że potrzebne jest pilne opracowanie strategii rozwoju dla marki WPROST. W związku z tym, iż zmiany powinny być wdrożone w możliwie krótkim czasie, PMPG SA zdecydowała się podjąć współpracę z agencją strategiczną DEMO EFFECTIVE LAUNCHING, która ma pomóc w wypracowaniu planu działań dla WPROST. Strategia marki WPROST po jej przyjęciu przez Zarząd zostanie włączona do strategii PMPG SA.

Nowe media

W związku z dynamicznym wzrostem rynku reklamy internetowej Platforma Mediowa Point Group zamierza znacząco wzmocnić te linie swojej działalności oraz uzupełnić je o nowe przedsięwzięcia. Grupa zamierza budować nowe serwisy internetowe lub wzmocni już istniejące w obszarach największych wydatków reklamowych: kultura, film, muzyka, sport oraz w obszarze edukacji.

Potencjał spółki w segmencie nowych mediów będzie budowany poprzez skupianie ruchu z wyszukiwarek oraz przekierowywanie kontekstowe. Dzięki treściom dostarczonym przez redakcje wszystkich tytułów w ramach PMPG oraz współtworzonym przez użytkowników, spółka zbuduje bazę treści w obszarach, których użytkownicy najintensywniej poszukują w sieci (przewodniki po mediach i rozrywce). Obejmować ona będzie przede wszystkim treści związane z gwiazdami, filmami, modnymi miejscami - czyli wszystkim, co aktualnie jest promowane w telewizji, reklamie outdoorowej czy radiu.

Strategia PMPG zakłada również stworzenie multimedialnej bazy treści - archiwum centralnego, które usprawni zarówno wymianę informacji pomiędzy poszczególnymi redakcjami, jak i całość procesu tworzenia treści do wszystkich mediów. W celu optymalizacji przychodów uzyskiwanych z dystrybucji treści, spółka zamierza

zarchiwizować w formie cyfrowej całość posiadanych zasobów, m.in. ponad 60-letnie archiwa magazynu „Film” oraz liczące 12 lat archiwa magazynu „?dlaczego”. Oprócz funkcji związanych z archiwizowaniem oraz wyszukiwaniem treści, archiwum posiadać będzie także funkcjonalność work-flow, wspomagającą powstawanie treści. Dodatkową wartością wdrożenia tego typu rozwiązania będzie możliwość udostępnienia oferty treści PMPG dla klientów biznesowych na zasadach agencji informacyjnej lub dostępu do archiwum.

Ze względu na rosnące zainteresowanie treściami multimedialnymi w Internecie, ważnym obszarem będzie produkcja tych treści (przede wszystkim treści wideo) oraz ich dystrybucja, zarówno w Internecie, jak i na telefony komórkowe, a w późniejszym okresie – po uruchomieniu MachinaTV – także w ramach telewizji.

Marketing i reklama

Platforma Mediowa Point Group rozpoczęła również działalność w charakterze brokera reklamowego – zarówno w Internecie, jak i w zakresie nośników OOH (digital signage).

W kolejnych latach PMPG zamierza rozwijać tę działalność, rozbudowując sieć witryn oraz oferując niestandardowe rozwiązania komunikacyjne dla klientów w zakresie reklamy internetowej. Szans rozwoju spółka upatruje w podpisanej już w 2010 r. umowie z Fox International Poland, dzięki której zyskała wyłączność na sprzedaż powierzchni i narzędzi reklamowych w serwisie MySpace w Polsce.

W zakresie reklamy zewnętrznej, PMPG SA oferuje unikalne lokalizacje nośników, które gwarantują dotarcie do atrakcyjnych dla reklamodawców grup klientów. Spółka zaangażowała się również w proces tworzenia standardów dla reklamy OOH oraz dla badań tych nośników.

6.4 Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Emitent finansuje swoje plany inwestycyjne ze środków własnych oraz z kredytu w rachunku bieżącym. W przypadku, gdy wystąpi taka potrzeba Emitent ze względu na stosunkowo niski poziom zadłużenia będzie mógł wykorzystać także możliwości pozyskania dodatkowych środków z zewnętrznych źródeł finansowania

6.5 Opis wykorzystania wpływów z emisji

W 2009 roku nie miała miejsce emisja akcji, niemniej jednak PMPG S.A. kontynuowała wydatkowanie środków pozyskanych z emisji akcji serii E przeprowadzonej w 2008 r.

PMPG dywersyfikując swoją działalność na obszary mediów i komunikacji, technologii i marketingu tworzy platformę ofertową pozwalającą m.in. na:

- osiągnięcie efektów synergii,

- łączenie (krosowanie) przedsięwzięć,
- wprowadzanie innowacyjności projektów,
- rozproszenie ryzyka działalności operacyjnej.

Dywersyfikacja działalności firm medialnych jest znakiem zmian zachodzących na rynku mediów. Zarówno światowe koncerny (News Corp., Viacom), jak i krajowe (Agora, Grupa ITI), inwestują w dywersyfikację swoich przedsięwzięć. Z jednej strony wynika to z coraz powszechniejszego dostępu do technologii, a z drugiej związane jest z rozwojem działalności medialnej poza klasycznymi nośnikami (druk, telewizja), zupełnie na nowych polach (Internet, telefonia komórkowa). Dzięki temu firmy medialne stają się platformami dysponującymi wysokiej jakości kontentem i różnymi kanałami komunikacji, co prowadzi do zwiększenia dostępności do grup odbiorców w sposób wyspecjalizowany, wysoce selektywny. Dzięki temu odbiorca mediów ma zagwarantowany dostęp do szczegółowych informacji, które podlegają coraz mniejszemu rozproszeniu.

Celem strategicznym Emitenta jest dalszy rozwój portfolio usług oraz prowadzenie działalności na wzór dzisiejszych koncernów mediowych.

W związku z tymi tendencjami rozwojowymi występującymi na rynku mediów oraz w celu osiągnięcia pozycji koncernu medialnego Emitent przeznaczył pozyskane w ramach emisji akcji serii E środki pieniężne m. in. na zakup spółki Media Works S.A., Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o., nabycie udziałów Gretix Sp. z o.o., Gemtext Sp. z o.o., Next Media Sp. z o.o., ICI S.A., Qlub Sp. z o.o. (obecnie Distribution Point Group Sp. z o.o.), News PR oraz One Group Sp. z o.o.

Spółka Gretix Sp. z o.o. jest właścicielem serwisu gretix.com, którego podstawową funkcjonalnością jest przypominanie użytkownikom o ważnych datach.

Media Works to firma reklamy zewnętrznej, do której należą spółki Watch Out Door Sp. z o.o. i Flaming Advertising Polska Sp. z o.o. (Media Works S.A. jest jedynym udziałowcem w tych spółkach). Watch Out Door Sp. z o.o. zarządza siecią billboardów w prestiżowych lokalizacjach, oraz pozyskuje powierzchnie reklamowe - siatki wielkoformatowe. Flaming Advertising Polska Sp. z o.o. działa jako broker reklamy zewnętrznej w ramach Media Works. Do klientów Media Works należy szereg powszechnie znanych firm z sektora Auto-Moto oraz FMCG.

Media out-of-home, którymi zarządza Media Works, stanowią istotne uzupełnienie portfolio usług komunikacji marketingowej PMPG i wzmocnienie zasobów spółki. Budowa ogólnopolskiej sieci nośników reklamowych premium jest jednym z elementów znajdujących się w długoterminowej strategii spółki.

BMS to broker reklamy internetowej, działający również na rynku nowych technologii, m.in. bluetooth marketingu i marketingu mobilnego.

One Group Sp. z o.o. jest właścicielem serwisów Bulvar.pl oraz Ukaraj.pl, których łączna miesięczna oglądalność wynosi 300 tys. unikalnych użytkowników oraz 3 mln odsłon według badania Gemius Traffic, co zagwarantowało pozycję w rankingu najbardziej popularnych domen w kategorii „styl życia” 2008. OG jest właścicielem wszystkich domen, praw do znaków i innych aktywów dotyczących portali bulvar.pl oraz ukaraj.pl.

Objęcie udziałów spółki One Group Sp. z o.o. stanowi istotnie wzmocnienie kompetencji PMPG w obszarze rozrywki i szeroko pojętego stylu życia.

Wszystkie inwestycje wpisują się w realizację przyjętej strategii firmy oraz realizację celów emisyjnych opisanych w prospekcie emisyjnym akcji serii E PMPG S.A.

7. Władze Emitenta

7.1 Skład osobowy władz PMPG S.A.

7.1.1 Rada Nadzorcza

Na dzień 31.12.2009 r. skład Rady Nadzorczej Spółki Dominującej przedstawiał się następująco:

Tomasz Biełanowicz	- Przewodniczący Rady Nadzorczej
Katarzyna Gintrowska	- Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej
Piotr Żochowski	- Członek Rady Nadzorczej
Jarosław Pachowski	- Członek Rady Nadzorczej
Andrzej Chmiel	- Członek Rady Nadzorczej

7.1.2 Zarząd

Na dzień 31.12.2009 roku skład Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. przedstawiał się następująco:

Michał Maciej Lisiecki	- Prezes Zarządu
Tomasz Sadowski	- Wiceprezes Zarządu
Marek Jakubczyk	- Wiceprezes Zarządu

7.2 Zmiany w obrębie władz PMPG S.A. w 2009 r.

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku, nastąpiły zmiany zarówno w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej.

W dniu 13 lutego 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki przyjęło rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej przez: Pana Krzysztofa Feluchę, Pana Davida Williamsa oraz Pana Giuseppe Mirante. Jednocześnie do składu Rady Nadzorczej zostali powołani: Pan Piotr Żochowski, Pan Marek Jakubczyk oraz Pan Jarosław Pachowski.

W dniu 27 marca 2009 roku Członek Zarządu PMPG S.A. Pan Paweł Hordyński złożył rezygnację z pełnienia wymienionej funkcji z dniem 31 marca 2009 roku.

W dniu 9 czerwca 2009 r. Pan Marek Jakubczyk złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej. Także w dniu 9 czerwca 2009 roku Rada Nadzorcza PMPG S.A. na posiedzeniu powołała Pana Marka Jakubczyka do pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu oraz Dyrektora Generalnego PMPG S.A. od dnia 1 lipca 2009 roku.

W dniu 29 czerwca 2009 roku w skład Rady Nadzorczej PMPG S.A. roku został powołany Pan Andrzej Chmiel. Pan Andrzej Chmiel pełni swą funkcję od dnia 1 lipca 2009 r.

W dniu 14 października 2009 r. wpłynęło do PMPG S.A. oświadczenie, iż z dniem 13 października 2009 r. Pan Piotr Surmacki rezygnuje z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu w spółce Platforma Mediowa Point Group S.A. Pan Piotr Surmacki nie wskazał przyczyn rezygnacji z pełnienia ww. funkcji.

Obowiązki Pana Piotra Surmackiego w zakresie strategii i nowych technologii przejęła Pani Benita Jakubowska-Antonowicz, zatrudniona w PMPG S.A. od dnia 1 października 2009 r. na stanowisku Pełnomocnika Zarządu ds. Nowych Mediów. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki Media Point Group Spółka z o.o. z siedzibą w Warszawie, które odbyło się 3 listopada 2009 r., podjęło uchwałę w przedmiocie powołania Pani Benity Jakubowskiej-Antonowicz na stanowisko Wiceprezesa Zarządu PMPG

Sp. z o.o. - Dyrektora ds. Sprzedaży i Rozwoju Nowych Mediów.

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiły zmiany w zakresie prokury.

7.3 Kluczowe postacie w Grupie Kapitałowej PMPG

Machina – redaktor naczelny Piotr Metz

Film – redaktor naczelny Jacek Rakowiecki

Wprost – p.o. redaktor naczelny Katarzyna Kozłowska

Dlaczego – redaktor naczelny Michał Gajewski

7.4 Opis kompetencji

Zarząd

- **Michał M. Lisiecki - Prezes Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A.**

Należy do pokolenia młodych dynamicznych menadżerów. Pierwszą firmę założył, mając kilkanaście lat. Swoją karierę zawodową związał z rynkiem mediów. Nie ukrywa inspiracji biografiami Ruperta Murdocha (twórcy NewsCorp.) i Richarda Bransona (twórcy Virgin). Od podstaw stworzył Platformę Mediową Point Group – holding działający w mediach i komunikacji marketingowej. Zaczynał, wydając magazyn dla studentów z kapitałem niecałych 20 tys. zł. Dziś PMPG SA jest notowana na głównym parkiecie warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, a jej wartość wyceniana jest na 200 mln zł. To oznacza, że każda zainwestowana złotówka została pomnożona dziesięć tysięcy razy. Członek Klubu Polskiej Rady Biznesu, prestiżowej międzynarodowej YPO (Young Presidents Organization) i Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego. W otrzymał tytuł Managera Roku '02 magazynu Home&Market. W 2007 r. wyróżniony certyfikatem Polski Przedsiębiorczej i powołany do Rady Programowej Polski Przedsiębiorczej. Jako przedsiębiorca, ekspert rynku mediów i komunikacji marketingowej uczestniczy w wielu konferencjach, zasiada w kapitułach i stowarzyszeniach. Organizował m. Pierwszą publiczną debatę w kampanii prezydenckiej 2005.

Ma wyższe wykształcenie ekonomiczne. Jak mówi sam o sobie – indywidualista – również swoją edukację od szkoły średniej po studia wyższe kończył w trybie indywidualnym, łącząc je z pracą i doksztalcaniem w USA, na Malcie i w Wielkiej Brytanii.

Na biznes patrzy długoterminowo. Jego celem jest zbudowanie silnego europejskiego koncernu o polskich korzeniach, działającego w sektorze mediów i komunikacji marketingowej.

- **Marek Jakubczyk – Wiceprezes Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A.**

Jest partnerem w Tigon Capital Limited, gdzie odpowiada za rynki polski, ukraiński i państw bałtyckich. Specjalista ds. niepublicznych rynków kapitałowych. Przed rozpoczęciem współpracy z Tigon pracował jako partner zarządzający w Capital Park, spółce zajmującej się inwestycjami w nieruchomości, gdzie odpowiadał za działania inwestycyjne prowadzone na Ukrainie. Uprzednio był wiceprezesem funduszy inwestycyjnych Darby Europe oraz Dresdner Kleinwort Capital (później: Allianz Specialised Investments). Z powodzeniem przeprowadził działania mające na celu pozyskanie funduszy dla Dresdner Kleinwort Capital (225 milionów USD) oraz Darby Overseas (300 mln EUR). W Allianz Specialised Investments odpowiadał za cały cykl inwestycyjny dla Euromedic International NV oraz restrukturyzację i program naprawczy dla Etel Group Limited.

Marek Jakubczyk posiada stopień naukowy w dziedzinie automatyki i inżynierii komputerowej oraz dyplom ukończenia programu MBA. Jest też przewodniczącym Rad Nadzorczych Portu Lotniczego Bydgoszcz oraz Mazowieckiego Portu Lotniczego

- **Tomasz Sadowski – Wiceprezes Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A.**

Wybitny specjalista prawa cywilnego i handlowego. Pracował m.in. w BGŻ, KPWIG, Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych – Technologie Informatyczne. Pełnił także funkcje syndyka w Sądach Rejonowych w Warszawie i Lublinie. Wykładowca prawa administracyjnego i gospodarczego w Wyższej Szkole Handlu i Prawa oraz prawa dewizowego i celnego w Wyższej Szkole Ekonomiczno-Informatycznej. Absolwent studiów magisterskich i doktoranckich w Katedrze Prawa Cywilnego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, prawa handlowego na Wydziale Handlu Zagranicznego w Wyższej Szkole Handlu i Prawa oraz studiów podyplomowych w KSAP w Warszawie.

Rada Nadzorcza

- **Tomasz Bieleńowicz - Przewodniczący Rady Nadzorczej**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 9 lipca 2007 r. Dyrektor Departamentu Sprzedaży Obligacji ABN AMRO BANK POLSKA S.A. Wcześniej m.in. był zastępcą dyrektora Oddziału CFC Securities.

Ukończył Akademię Ekonomiczną w Katowicach, kierunek zarządzanie przedsiębiorstwem.

- **Katarzyna Gintrowska - Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 30 czerwca 2006 r. Doradca Zarządu Smart Media Sp. z o.o. Wcześniej pełniła funkcje m.in. dyrektora ds. rozwoju Platformy Mediowej Point Group oraz wiceprezesa Zarządu i dyrektora ds. rozwoju Point Group Sp. z o.o.

Absolwentka Zachodniopomorskiej Szkoły Businessu, Wydziału Handlu Zagranicznego i Biznesu Międzynarodowego oraz Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, ukończyła także studia doktoranckie w Katedrze Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Szczecińskiego.

- **Piotr Żochowski**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 13 lutego 2009 r. W Pioneer Pekao Towarzystwie Funduszy Inwestycyjnych S.A. pełni funkcje dyrektora finansowego, wiceprezesa Zarządu odpowiedzialnego za sprawy finansowe.

Absolwent Wydziału Elektroniki i Technik Informacyjnych Politechniki Warszawskiej. W roku 1996 ukończył Szkołę Biznesu Politechniki Warszawskiej i uzyskał tytuł Magistra Biznesu (Master of Science In Business). Od czerwca 2007 jest członkiem zespołu odpowiadającego za rozwój działalności biznesowej Pioneer Global Asset Management w regionie Europy Centralnej i Wschodniej.

- **Jarosław Pachowski**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 13 lutego 2009 r. Inwestor prywatny. W latach 1986 – 1996 założyciel i prezes kilku spółek z obszaru wydawnictw i informatyki. W 1996 z rekomendacji Zrzeszenia Banków Polskich i w imieniu 16 banków utworzył i kierował Polska Giełda Finansowa. Równocześnie w 1997 roku wszedł w skład Rady Nadzorczej TVP SA aby po roku zostać wybranym jej przewodniczącym. W latach 1998 – 2002 wiceprezes Zarządu TVP SA. W latach 2002 – 2005 Prezes Zarządu Polkomtel SA, operatora sieci telefonii komórkowej Plus.

Ukończył studia magisterskie na Wydziale Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego, przez 3 lata był doktorantem w Instytucie Fizyki PAN.

- **Andrzej Chmiel**

Współtwórca i dyrektor marketingu Direct Capital Group, firmy doradczej zajmującej się rozwojem platform e-commerce pośredniczących w sprzedaży produktów ubezpieczeniowych, finansowych i inwestycyjnych on-line.

Wcześniej przez ponad 12 lat związany z Pepsi, do marca 2008 r. pełnił funkcję członka zarządu odpowiedzialnego za marketing Pepsi-Cola General Bottlers Poland i odpowiadał m.in. za opracowanie i realizację planów marketingowych firmy. Wcześniej pełnił funkcję marketing managera Central Europe Group Pepsi Americas w Budapeszcie. Odpowiadał m.in. za wprowadzenie nowych produktów Pepsi na rynki polski, węgierski, czeski i słowacki. Jako Business Development Manager Pepsi-Cola General Bottlers Poland prowadził projekty akwizycji na rynku napojów chłodzących w Polsce. W latach 90. był brand managerem w PepsiCo Trading Poland.

Ma wyższe wykształcenie ekonomiczne, ukończył Wydział Zarządzania i Informatyki wrocławskiej Akademii Ekonomicznej. W trakcie studiów uzupełniał edukację i odbywał praktyki w Stanach Zjednoczonych.

7.5 Zakres odpowiedzialności

Zakres odpowiedzialności członków poszczególnych organów, jak i samych organów określają właściwe przepisy prawa, w szczególności Kodeks Spółek Handlowych

7.6 Zasady wynagradzania członków Zarządu i Rady Nadzorczej

Kompetencję ustalania wysokości wynagrodzenia członków organu zarządzającego PMPG SA, zgodnie z postanowieniami § 30 pkt 1 statutu spółki oraz art. 378 Kodeksu spółek handlowych, posiada Rada Nadzorcza.

Rada Nadzorcza jest również uprawniona do reprezentowania spółki w umowach zawieranych przez spółkę z członkami zarządu, w tym również w zakresie zatrudniania członków zarządu. Rada Nadzorcza jest ponadto władna reprezentować spółkę w sporach pomiędzy spółką a członkami zarządu.

Wysokość wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej, zgodnie z § 20 pkt 4 statutu spółki, uchwała Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki

7.7 Wysokość wynagrodzeń

Informacja znajduje się w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym pkt. 33.3 za okres od 1 stycznia 2009 do 31 grudnia 2009 roku

7.8 Wykaz akcji i udziałów podmiotów z Grupy Kapitałowej PMPG w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Patrz punkt 8 Struktura Akcjonariatu.

8. Struktura kapitału zakładowego oraz akcjonariatu Emitenta

8.1 Struktura kapitału zakładowego

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 103.897.325,00 (słownie: sto trzy miliony osiemset dziewięćdziesiąt siedem tysięcy trzysta dwadzieścia pięć) złotych i dzieli się na 103.817.025 (słownie: sto trzy miliony osiemset siedemnaście tysięcy dwadzieścia pięć) akcji o wartości nominalnej 1 (jeden) złoty każda, w tym:

- 1) 31.450 (trzydzieści jeden tysięcy czterysta pięćdziesiąt) akcji imiennych serii A i B,
- 2) 103.785.575 (sto trzy miliony siedemset osiemdziesiąt pięć tysięcy pięćset siedemdziesiąt pięć) akcji zwykłych na okaziciela serii A, B, C, D, E.

W terminie trzech lat od dnia powzięcia uchwały Zarząd upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego na zasadach określonych w art. 444 – 447 i 453 Kodeksu spółek handlowych w granicach kapitału docelowego w wysokości 77.922.993,75 zł (słownie: siedemdziesiąt siedem milionów dziewięćset dwadzieścia

dwa tysiące dziewięćset dziewięćdziesiąt trzy złote i siedemdziesiąt pięć groszy), poprzez emisję akcji oznaczonych, jako kolejne serie, o wartości nominalnej 1 zł (słownie: jeden złoty) każda. W powyższych granicach Zarząd może wykonać przyznane mu upoważnienia przez dokonanie więcej niż jednego podwyższenia. Dalsze postanowienia w powyższym przedmiocie zawiera Statut PMPG S.A.

8.2 Emisje akcji

W okresie objętym raportem nie miała miejsca emisja papierów wartościowych PMPG S.A. Niemniej jednak w 2008 i 2009 roku Walne Zgromadzenie Platformy Mediowej Point Group S.A. podejmowało istotne decyzje dotyczące papierów wartościowych Spółki, w tym akcji serii F

• Emisja obligacji zamiennych

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Platformy Mediowej Point Group S.A. w dniu 15 grudnia 2008 roku podjęło Uchwałę w przedmiocie emisji obligacji zamiennych. Emisja obligacji miała na celu pozyskanie środków na sfinansowanie pośredniego lub bezpośredniego nabycia przez spółkę Platforma Mediowa Point Group S.A. spółki Presspublica sp. z o.o.

Zgodnie z treścią uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia emituje się nie mniej niż 250 i nie więcej niż 500 Obligacji serii A o wartości nominalnej 200.000 zł każda, zamiennych na akcje na okaziciela nowej emisji o wartości nominalnej 1 złoty każda. Łączna wartość nominalna Obligacji wyniesie nie mniej niż 50.000.000,00 i nie więcej niż 100.000.000,00 zł.

Cena emisyjna obligacji zostanie ustalona przez Zarząd PMPG S.A. w drodze uchwały podjętej przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji, z tym, że cena ta nie może być niższa od wartości nominalnej Obligacji. Cena emisyjna obligacji serii A zostanie ustalona przez Zarząd Spółki w oparciu o wycenę spółki i ceny rynkowe akcji przedsiębiorstw z branży, z uwzględnieniem aktualnej koniunktury rynkowej.

Zasady oprocentowania oraz zasady wykupu określi Zarząd Spółki w drodze uchwały podjętej przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji. Termin wykupu Obligacji ustala się na dzień 31 grudnia 2011 rok.

Wykup Obligacji nastąpi poprzez zapłatę kwoty pieniężnej w wysokości wartości nominalnej Obligacji. Kwota wykupu może być podwyższona o premię, w wysokości ustalonej przez Zarząd Spółki w drodze uchwały podjętej przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji. Zarząd Spółki może w uchwale, podjętej przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji, przewidzieć możliwość wcześniejszego wykupu Obligacji i określić przypadki, w których Spółka będzie zobowiązana lub uprawniona do wcześniejszego wykupu Obligacji oraz określić świadczenie pieniężne związane z wcześniejszym wykupem Obligacji lub sposób wyliczenia takiego świadczenia.

Obligacje będą niezabezpieczone w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 29 czerwca 1995 roku o obligacjach.

Łączna wartość zaciągniętych zobowiązań Emitenta na ostatni dzień poprzedniego kwartału tj. na dzień 30 września 2008 roku wyniosła 6 891 tys. zł. Emitent nie przewiduje istotnego zwiększenia stanu zobowiązań do dnia wykupu obligacji.

Realizowanym przez Zarząd Spółki na dzień podjęcia ww. uchwały projektem inwestycyjnym było objęcie przez Spółkę bądź jej spółkę zależną pakietu akcji i/lub udziałów w spółkach będących bezpośrednio i/lub pośrednio udziałowcami/akcjonariuszami spółki Presspublica spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – wydawcy dziennika „Rzeczpospolita” oraz „Parkiet”. Zarząd Spółki podejmie niezbędne działania w przedmiocie podjęcia przez Walne Zgromadzenie uchwały o warunkowym podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki celem umożliwienia Spółce wykonania zobowiązań wobec obligatariuszy obligacji zamiennych serii A, wynikających z warunków ich emisji.

Obligatariuszom przysługuje prawo do objęcia, w zamian za posiadane Obligacje, akcji zwykłych na okaziciela nowej emisji Spółki wyemitowanych w ramach warunkowego podwyższenia kapitału, o wartości nominalnej 1 zł każda. Zarząd Spółki został upoważniony i zobowiązany do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji liczby Akcji lub sposobu ustalenia liczby Akcji obejmowanych w zamian za jedną Obligację, przy czym Obligatariusz będzie uprawniony do objęcia w zamian za jedną Obligację nie więcej niż 200.000 Akcji.

Zarząd Spółki został upoważniony i zobowiązany również do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji terminów, w których posiadacze Obligacji mogą wykonywać prawo do objęcia Akcji, przy czym termin ostatniej zamiany nie może przypadać później niż 30 listopada 2011 roku.

W związku z faktem, iż na chwilę obecną nie ustalona cena emisyjna Obligacji, Emitent nie może przedstawić informacji na temat liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta, która przysługiwałaby z objętych akcji - w przypadku gdyby została dokonana zamiana wszystkich wyemitowanych obligacji, jak również ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta - w przypadku gdyby została dokonana zamiana wszystkich wyemitowanych obligacji.

Emisja obligacji serii A nie przewiduje zabezpieczenia wierzytelności wynikających z obligacji w formie ustanowienia zastawów lub hipoteki.

• **Emisja akcji serii F**

W dniu 15 grudnia 2008 roku NWZ Spółki podjęło uchwałę w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii F celem pozyskania środków na sfinansowanie pośredniego lub bezpośredniego nabycia przez spółkę Platforma Mediowa Point Group S.A. spółki Presspublica sp. z o.o. poprzez podmioty będące właścicielami udziałów w spółce Presspublica sp. z o.o.

Treść uchwały NWZ Spółki z dnia 15 grudnia 2008 r.:

§ 1

1. Kapitał zakładowy Spółki zostaje podwyższony o kwotę nie niższą niż 1 (jeden) złoty i nie wyższą niż 50.000.000 (pięćdziesiąt milionów) złotych.

2. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, o którym mowa w ust. 1, zostanie dokonane poprzez emisję nowych akcji zwykłych na okaziciela serii F, o wartości

nominalnej 1 (jeden) złoty każda akcja, w liczbie nie mniejszej niż 1 (jedna) akcja i nie większej niż 50.000.000 (pięćdziesiąt milionów) akcji.

3.Cena emisyjna akcji serii F zostanie ustalona przez Zarząd Spółki.

4.Akcje serii F uczestniczyć będą w dywidendzie począwszy od wypłaty z zysku jaki przeznaczony będzie do podziału za rok obrotowy rozpoczynający się od dnia 1 stycznia 2008 roku.

5.Akcje serii F mogą być pokryte wyłącznie wkładem pieniężnym.

6.Emisja akcji serii F zostanie przeprowadzona w trybie subskrypcji otwartej w ramach oferty publicznej na warunkach określonych ustawą z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

7.Upoważnia się Zarząd Spółki do podjęcia wszelkich czynności związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii F przeprowadzanej w trybie subskrypcji otwartej w ramach oferty publicznej, w szczególności do dokonania podziału akcji serii F na transze oraz ustalenia zasad dokonywania przesunięć akcji serii F pomiędzy transzami, ustalenia zasad dystrybucji akcji serii F, w tym ustalenia terminów otwarcia i zamknięcia subskrypcji, oraz zasad przydziału akcji serii F, a także zawarcia umów w celu zabezpieczenia powodzenia subskrypcji akcji serii F, a zwłaszcza umów o subemisję usługową lub subemisję inwestycyjną.

§ 2

1.Na podstawie art. 433 § 2 kodeksu spółek handlowych, w interesie Spółki, wyłącza się w całości prawo poboru akcji serii F przysługujące dotychczasowym akcjonariuszom.

2.Zarząd przedstawił Walnemu Zgromadzeniu Spółki następującą opinię uzasadniającą powody pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii F oraz wskazującą sposób ustalenia ceny emisyjnej akcji serii F:

„Zarząd spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. z siedzibą w Warszawie, działając w trybie art. 433 § 2 Kodeksu spółek handlowych, przedstawia swoją opinię w sprawie wyłączenia prawa poboru akcji serii F oraz w sprawie zasad ustalenia ceny emisyjnej akcji serii F:

1. Wyłączenie prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy w związku z emisją akcji serii F jest w pełni uzasadnione w związku z koniecznością pozyskania przez Spółkę dodatkowych środków finansowych na inwestycje wpływające na rozwój działalności Spółki oraz zamierzeniami poszerzenia grona akcjonariuszy. Celem Spółki jest zwiększenie jej bazy kapitałowej poprzez emisję akcji dla nowych akcjonariuszy, co umożliwi jej prowadzenie projektów inwestycyjnych. Skala potrzeb Spółki wskazuje, iż niezbędne środki finansowe mogą być pozyskane m.in. w drodze publicznej emisji akcji, a następnie ich wprowadzenia do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Dlatego Zarząd Spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. uznaje, iż wyłączenie prawa poboru leży w interesie Spółki.

2. Obecnie realizowanym przez Zarząd Spółki projektem inwestycyjnym jest objęcie przez Spółkę bądź jej spółkę zależną pakietu akcji i/lub udziałów w spółkach będących bezpośrednio i/lub pośrednio udziałowcami/akcjonariuszami spółki Presspublica spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – wydawcy dziennika „Rzeczpospolita” oraz „Parkiet”.

W praktyce opisana inwestycja polega na nabywaniu przez Spółkę pakietów udziałów/akcji zarówno w spółce Presspublica spółka z o.o., w spółkach będących udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o., jak również innych podmiotach powiązanych kapitałowo ze spółką Presspublica spółka z o.o. bądź udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o. Inwestycja dotyczy również nabywania przedsiębiorstwa lub zorganizowanej części przedsiębiorstwa wskazanych tu podmiotów gospodarczych.

3. Cena emisyjna akcji serii F zostanie ustalona w oparciu o wycenę spółki i ceny rynkowe akcji przedsiębiorstw z branży, z uwzględnieniem aktualnej koniunktury rynkowej i dyskonta dla inwestorów.

4. Mając powyższe na uwadze Zarząd Spółki rekomenduje akcjonariuszom głosowanie za wyłączeniem w całości prawa poboru akcji serii F, przysługującego dotychczasowym akcjonariuszom Spółki.”

5. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie po zapoznaniu się z opinią Zarządu przychyli się do powyższej opinii i przyjmuje jej tekst jako uzasadnienie wyłączenia prawa poboru akcji serii F.

§ 3

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia upoważnia Zarząd Spółki do złożenia oświadczenia w formie aktu notarialnego o wysokości kapitału zakładowego objętego w wyniku subskrypcji otwartej w ramach oferty publicznej akcji serii F, celem dostosowania wysokości kapitału zakładowego w Statucie Spółki, na podstawie art. 431 § 7 w związku z art. 310 § 2 i § 4 kodeksu spółek handlowych.

§ 4

1. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie postanawia wprowadzić prawa do akcji serii F i akcje serii F do obrotu na rynku regulowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

2. Prawa do akcji serii F i akcje serii F będą miały formę zdematerializowaną.

§ 5

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia upoważnia Zarząd Spółki do dokonania wszelkich innych czynności koniecznych do prawidłowego wykonania postanowień niniejszej uchwały oraz postanowień przepisów prawa, a w szczególności do podjęcia działań mających na celu zarejestrowanie w Krajowym Rejestrze Sądowym zmian w Statucie Spółki związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki w związku z emisją akcji serii F oraz dopuszczenie i wprowadzenie praw do akcji serii F i akcji serii F do obrotu na rynku regulowanym i dematerializacji tych papierów wartościowych, w tym do zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umów o uczestnictwo i rejestrację praw do akcji serii F i akcji serii F w depozycie papierów wartościowych zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi.

- **Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego**

Wdniu dnia 13 lutego 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki pod firmą Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie podjęło uchwałę nr 3 i 3A w przedmiocie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki i wyłączenia prawa poboru o treści jak poniżej:

Działając na podstawie art. 445, art. 448-452 oraz art. 453 § 1 kodeksu spółek handlowych oraz na podstawie § 20 pkt 5 Statutu Spółki, uchwała się co następuje:

§ 1

1. W celu przyznania praw do objęcia akcji obligatariuszom obligacji zamiennych serii A Spółki (Obligacje), emitowanych na podstawie Uchwały nr 3 z dnia 15 grudnia 2008 r. Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w przedmiocie emisji obligacji zamiennych celem pośredniego lub bezpośredniego nabycia przez spółkę Platforma Mediowa Point Group S.A. spółki Presspublica sp. z o.o. poprzez podmioty będące właścicielami udziałów w spółce Presspublica sp. z o.o., kapitał zakładowy Spółki zostaje podwyższony o kwotę nie wyższą niż 100.000.000 (sto milionów) złotych.

2. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, o którym mowa w ust. 1, zostanie dokonane poprzez emisję akcji zwykłych na okaziciela serii G, o wartości nominalnej 1 (jeden) złoty każda akcja, w liczbie nie większej niż 100.000.000 (sto milionów) akcji. Podwyższenie kapitału zakładowego w drodze emisji Akcji stanie się skuteczne, o ile przynajmniej jedna Obligacja zostanie zamieniona na Akcje, na warunkach określonych w Uchwale z dnia 15 grudnia 2008 r. Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki oraz ustalonych przez Zarząd Spółki zgodnie z upoważnieniem zawartym w tej uchwale. Jednocześnie w wyżej wymienionej sprawie niezbędne jest uzyskanie opinii Rady Nadzorczej.

3. Cena emisyjna akcji serii G zostanie ustalona przez Zarząd Spółki, przy czym nie może ona być niższa niż 2,00 zł. W przypadku zmiany wartości nominalnej akcji, cena zamiany zostanie odpowiednio przeliczona.

4. Akcje serii G uczestniczyć będą w dywidendzie za dany rok obrotowy na następujących warunkach:

1) w przypadku, gdy akcje serii G zostaną wydane w okresie od początku roku obrotowego do dnia dywidendy, o którym mowa w art. 348 § 2 kodeksu spółek handlowych włącznie, akcje te uczestniczą w zysku od pierwszego dnia roku obrotowego, poprzedzającego bezpośrednio rok, w którym doszło do ich wydania,

2) w przypadku, gdy akcje serii G zostaną wydane w okresie po dniu dywidendy, o którym mowa w art. 348 § 2 kodeksu spółek handlowych do końca roku obrotowego - akcje uczestniczą w zysku począwszy od pierwszego dnia roku obrotowego, w którym zostały wydane. Jeżeli akcje serii G zostaną zdematerializowane, to przez „wydanie akcji”, o którym mowa w zdaniu pierwszym, rozumie się zapisanie akcji serii G na rachunku papierów wartościowych akcjonariusza.

5. Akcje serii G mogą być pokryte wyłącznie wkładem pieniężnym.

6. Upoważnia i zobowiązuje się Zarząd do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji terminów, w których posiadacze Obligacji mogą wykonywać prawo do objęcia Akcji, przy czym termin ostatniej zamiany nie może przypadać później niż 30 listopada 2011 roku.

7. Upoważnia się i zobowiązuje Zarząd Spółki do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji liczby Akcji lub sposobu ustalenia liczby Akcji obejmowanych w zamian za

jedną Obligację, przy czym Obligatariusz będzie uprawniony do objęcia w zamian za jedną Obligację nie więcej niż 200.000 (dwieście tysięcy) Akcji.

8. Uprawnionymi do objęcia Akcji serii G Spółki będą obligatariusze, którzy objeli Obligację.

9. Upoważnia się Zarząd Spółki do podjęcia wszelkich czynności związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii G.

§ 2

1. Na podstawie art. 433 § 2 kodeksu spółek handlowych, w interesie Spółki, wyłącza się w całości prawo poboru akcji serii G przysługujące dotychczasowym akcjonariuszom.

2. Zarząd przedstawił Walnemu Zgromadzeniu Spółki następującą opinię uzasadniającą powody pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii G oraz wskazującą sposób ustalenia ceny emisyjnej akcji serii G:

„Zarząd spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. z siedzibą w Warszawie, działając w trybie art. 433 § 2 Kodeksu spółek handlowych, przedstawia swoją opinię w sprawie wyłączenia prawa poboru akcji serii G oraz w sprawie zasad ustalenia ceny emisyjnej akcji serii G:

1. Emisja akcji serii G będzie kierowana wyłącznie do obligatariuszy Obligacji zamiennych serii A.

2. Wyłączenie prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy w związku z emisją akcji serii G jest w pełni uzasadnione w związku z koniecznością pozyskania przez Spółkę dodatkowych środków finansowych na inwestycje wpływające na rozwój działalności Spółki oraz zamierzeniami poszerzenia grona akcjonariuszy. Celem Spółki jest zwiększenie jej bazy kapitałowej poprzez emisję akcji dla nowych akcjonariuszy, co umożliwi jej prowadzenie projektów inwestycyjnych. Skala potrzeb Spółki wskazuje, iż niezbędne środki finansowe mogą być pozyskane m.in. w drodze publicznej emisji akcji, a następnie ich wprowadzenia do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Dlatego Zarząd Spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. uznaje, iż wyłączenie prawa poboru leży w interesie Spółki.

3. Obecnie realizowanym przez Zarząd Spółki projektem inwestycyjnym jest objęcie przez Spółkę bądź jej spółkę zależną pakietu akcji i/lub udziałów w spółkach będących bezpośrednio i/lub pośrednio udziałowcami/akcjonariuszami spółki Presspublica spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – wydawcy dziennika „Rzeczpospolita” oraz „Parkiet”. W praktyce opisana inwestycja polega na nabywaniu przez Spółkę pakietów udziałów/akcji zarówno w spółce Presspublica spółka z o.o., w spółkach będących udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o., jak również innych podmiotach powiązanych kapitałowo ze spółką Presspublica spółka z o.o. bądź udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o. Inwestycja dotyczy również nabywania przedsiębiorstwa lub zorganizowanej części przedsiębiorstwa wskazanych tu podmiotów gospodarczych.

4. Cena emisyjna akcji serii G zostanie ustalona w oparciu o wycenę spółki i ceny rynkowe akcji przedsiębiorstw z branży, z uwzględnieniem aktualnej koniunktury rynkowej i dyskonta dla inwestorów.

5. Mając powyższe na uwadze Zarząd Spółki rekomenduje akcjonariuszom głosowanie za wyłączeniem w całości prawa poboru akcji serii G, przysługującego dotychczasowym akcjonariuszom Spółki.”

3. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie po zapoznaniu się z opinią Zarządu przychyliło się do powyższej opinii i przyjmuje jej tekst jako uzasadnienie wyłączenia prawa poboru akcji serii G.

§ 3

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie upoważnia Zarząd Spółki do złożenia oświadczenia w formie aktu notarialnego o wysokości kapitału zakładowego objętego w wyniku subskrypcji otwartej w ramach oferty publicznej akcji serii G, celem dostosowania wysokości kapitału zakładowego w Statucie Spółki, na podstawie art. 431 § 7 w związku z art. 310 § 2 i § 4 kodeksu spółek handlowych.

§ 4

1. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie postanawia wprowadzić prawa do akcji serii G i akcje serii G do obrotu na rynku regulowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

2. Prawa do akcji serii G i akcje serii G będą miały formę zdematerializowaną.

§ 5

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie upoważnia Zarząd Spółki do dokonania wszelkich innych czynności koniecznych do prawidłowego wykonania postanowień niniejszej uchwały oraz postanowień przepisów prawa, a w szczególności do podjęcia działań mających na celu zarejestrowanie w Krajowym Rejestrze Sadowym zmian w Statucie Spółki związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki w związku z emisją akcji serii G oraz dopuszczenie i wprowadzenie praw do akcji serii G i akcji serii G do obrotu na rynku regulowanym i dematerializacji tych papierów wartościowych, w tym do zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umów o uczestnictwo i rejestrację praw do akcji serii G i akcji serii G w depozycie papierów wartościowych zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi.

§ 6

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Uchwała nr 3A z dnia 13 lutego 2009 roku Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki pod firmą Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w przedmiocie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki i wyłączenia prawa poboru

Działając na podstawie art. 445, art. 448-452 oraz art. 453 § 1 kodeksu spółek handlowych oraz na podstawie § 20 pkt 5 Statutu Spółki, uchwała się co następuje:

§ 1

1. W celu przyznania praw do objęcia akcji obligatariuszom obligacji zamiennych serii A Spółki (Obligacje), emitowanych na podstawie Uchwały nr 3 z dnia 15 grudnia 2008 r. Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w przedmiocie emisji obligacji zamiennych celem pośredniego lub bezpośredniego nabycia przez spółkę Platforma Mediowa Point Group S.A. spółki Presspublica sp. z o.o. poprzez podmioty będące właścicielami udziałów w spółce Presspublica sp. z o.o., kapitał zakładowy Spółki zostaje podwyższony o kwotę nie wyższą niż 50.000.000 (pięćdziesiąt milionów) złotych.

2. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, o którym mowa w ust. 1, zostanie dokonane poprzez emisję akcji zwykłych na okaziciela serii G, o wartości nominalnej 1 (jeden) złoty każda akcja, w liczbie nie większej niż 50.000.000 (piecdziesiąt milionów) akcji. Podwyższenie kapitału zakładowego w drodze emisji Akcji stanie się skuteczne, o ile przynajmniej jedna Obligacja zostanie zamieniona na Akcje, na warunkach określonych w Uchwale z dnia 15 grudnia 2008 r. Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki oraz ustalonych przez Zarząd Spółki zgodnie z upoważnieniem zawartym w tej uchwale. Jednocześnie w ww. sprawie niezbędne jest uzyskanie opinii Rady Nadzorczej.

3. Cena emisyjna akcji serii G zostanie ustalona przez Zarząd Spółki, przy czym nie może ona być niższa niż 2,00 zł. W przypadku zmiany wartości nominalnej akcji, cena zamiany zostanie odpowiednio przeliczona.

4. Akcje serii G uczestniczyć będą w dywidendzie za dany rok obrotowy na następujących warunkach:

1) w przypadku, gdy akcje serii G zostaną wydane w okresie od początku roku obrotowego do dnia dywidendy, o którym mowa w art. 348 § 2 kodeksu spółek handlowych włącznie, akcje te uczestniczą w zysku od pierwszego dnia roku obrotowego, poprzedzającego bezpośrednio rok, w którym doszło do ich wydania,

2) w przypadku, gdy akcje serii G zostaną wydane w okresie po dniu dywidendy, o którym mowa w art. 348 § 2 kodeksu spółek handlowych do końca roku obrotowego - akcje uczestniczą w zysku począwszy od pierwszego dnia roku obrotowego, w którym zostały wydane. Jeżeli akcje serii G zostaną zdematerializowane, to przez „wydanie akcji”, o którym mowa w zdaniu pierwszym, rozumie się zapisanie akcji serii G na rachunku papierów wartościowych akcjonariusza.

5. Akcje serii G mogą być pokryte wyłącznie wkładem pieniężnym.

6. Upoważnia i zobowiązuje się Zarząd do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji Obligacji terminów, w których posiadacze Obligacji mogą wykonywać prawo do objęcia Akcji, przy czym termin ostatniej zamiany nie może przypadać później niż 30 listopada 2011 roku.

7. Upoważnia się i zobowiązuje Zarząd Spółki do określenia przed rozpoczęciem subskrypcji liczby Akcji lub sposobu ustalenia liczby Akcji obejmowanych w zamian za jedną Obligację, przy czym Obligatariusz będzie uprawniony do objęcia w zamian za jedną Obligację nie więcej niż 200.000 (dwieście tysięcy) Akcji.

8. Uprawnionymi do objęcia Akcji serii G Spółki będą obligatariusze, którzy objeli Obligację.

9. Upoważnia się Zarząd Spółki do podjęcia wszelkich czynności związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii G.

§ 2

1. Na podstawie art. 433 § 2 kodeksu spółek handlowych, w interesie Spółki, wyłącza się w całości prawo poboru akcji serii G przysługujące dotychczasowym akcjonariuszom.

2. Zarząd przedstawił Walnemu Zgromadzeniu Spółki następującą opinię uzasadniającą powody pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii G oraz wskazującą sposób ustalenia ceny emisyjnej akcji serii G:

„Zarząd spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. z siedzibą w Warszawie, działając w trybie art. 433 § 2 Kodeksu spółek handlowych, przedstawia swoją opinię w sprawie wyłączenia prawa poboru akcji serii G oraz w sprawie zasad ustalenia ceny emisyjnej akcji serii G:

1. Emisja akcji serii G będzie kierowana wyłącznie do obligatariuszy Obligacji zamiennych serii A.

2. Wyłączenie prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy w związku z emisją akcji serii G jest w pełni uzasadnione w związku z koniecznością pozyskania przez Spółkę dodatkowych środków finansowych na inwestycje wpływające na rozwój działalności Spółki oraz zamierzeniami poszerzenia grona akcjonariuszy. Celem Spółki jest zwiększenie jej bazy kapitałowej poprzez emisję akcji dla nowych akcjonariuszy, co umożliwi jej prowadzenie projektów inwestycyjnych. Skala potrzeb Spółki wskazuje, iż niezbędne środki finansowe mogą być pozyskane m.in. w drodze publicznej emisji akcji, a następnie ich wprowadzenia do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Dlatego Zarząd Spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. uznaje, iż wyłączenie prawa poboru leży w interesie Spółki.

3. Obecnie realizowanym przez Zarząd Spółki projektem inwestycyjnym jest objęcie przez Spółkę bądź jej spółkę zależną pakietu akcji i/lub udziałów w spółkach będących bezpośrednio i/lub pośrednio udziałowcami/akcjonariuszami spółki Presspublica spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – wydawcy dziennika „Rzeczpospolita” oraz „Parkiet”. W praktyce opisana inwestycja polega na nabywaniu przez Spółkę pakietów udziałów/akcji zarówno w spółce Presspublica spółka z o.o., w spółkach będących udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o., jak również innych podmiotach powiązanych kapitałowo ze spółką Presspublica spółka z o.o. bądź udziałowcami spółki Presspublica spółka z o.o. Inwestycja dotyczy również nabywania przedsiębiorstwa lub zorganizowanej części przedsiębiorstwa wskazanych tu podmiotów gospodarczych.

4. Cena emisyjna akcji serii G zostanie ustalona w oparciu o wycenę spółki i ceny rynkowe akcji przedsiębiorstw z branży, z uwzględnieniem aktualnej koniunktury rynkowej i dyskonta dla inwestorów.

5. Mając powyższe na uwadze Zarząd Spółki rekomenduje akcjonariuszom głosowanie za wyłączeniem w całości prawa poboru akcji serii G, przysługującego dotychczasowym akcjonariuszom Spółki.”

3. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie po zapoznaniu się z opinią Zarządu przychyliło się do powyższej opinii i przyjmuje jej tekst jako uzasadnienie wyłączenia prawa poboru akcji serii G.

§ 3

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie upoważnia Zarząd Spółki do złożenia oświadczenia w formie aktu notarialnego o wysokości kapitału zakładowego objętego w wyniku subskrypcji otwartej w ramach oferty publicznej akcji serii G, celem dostosowania wysokości kapitału zakładowego w Statucie Spółki, na podstawie art. 431 § 7 w związku z art. 310 § 2 i § 4 kodeksu spółek handlowych.

§ 4

1. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie postanawia wprowadzić prawa do akcji serii G i akcje serii G do obrotu na rynku regulowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

2. Prawa do akcji serii G i akcje serii G będą miały formę zdematerializowaną.

§ 5

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia upoważnia Zarząd Spółki do dokonania wszelkich innych czynności koniecznych do prawidłowego wykonania postanowień niniejszej uchwały oraz postanowień przepisów prawa, a w szczególności do podjęcia działań mających na celu zarejestrowanie w Krajowym Rejestrze Sądowym zmian w Statucie Spółki związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki w związku z emisją akcji serii G oraz dopuszczenie i wprowadzenie praw do akcji serii G i akcji serii G do obrotu na rynku regulowanym i dematerializacji tych papierów wartościowych, w tym do zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umów o uczestnictwo i rejestrację praw do akcji serii G i akcji serii G w depozycie papierów wartościowych zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi.

§ 6

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia

- **Podjęcie przez Zarząd PMPG S.A. uchwały w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego w granicach kapitału docelowego z wyłączeniem prawa poboru dla dotychczasowych Akcjonariuszy**

W dniu 11 stycznia 2010 r., na podstawie 446 § 1 i § 3 w związku z art. 431 § 1, § 2 pkt 1 i art. 432 § 1 Kodeksu spółek handlowych ("KSH") oraz w oparciu o upoważnienie zawarte w art. 7a Statutu Spółki, Zarząd PMPG S.A. podjął uchwały w sprawie: podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego oraz wyłączenia prawa poboru dla dotychczasowych Akcjonariuszy.

Zarząd Spółki uzyskał zgodę Rady Nadzorczej PMPG S.A. (wyrażoną na posiedzeniu 9 grudnia 2009 r.) na emisję akcji w wyniku podwyższenia kapitału zakładowego w granicach kapitału docelowego oraz ustalenia szczegółowych warunków emisji i pozbawienia dotychczasowych Akcjonariuszy w całości prawa poboru akcji emitowanych w granicach kapitału docelowego.

Kapitał zakładowy Spółki zostanie podwyższony z kwoty 103.897.325,00 zł (sto trzy miliony osiemset dziewięćdziesiąt siedem tysięcy trzysta dwadzieścia pięć złotych) o kwotę nie niższą niż 1,00 zł (jeden złoty) i nie wyższą niż 10.378.000,00 zł (dziesięć milionów trzysta siedemdziesiąt osiem tysięcy złotych) do kwoty nie niższej niż 103.897.326,00 zł (sto trzy miliony osiemset dziewięćdziesiąt siedem tysięcy trzysta dwadzieścia sześć złotych) i nie wyższej niż 114.275.325,00 zł (sto czternaście milionów dwieście siedemdziesiąt pięć tysięcy trzysta dwadzieścia pięć złotych).

Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, zostanie dokonane poprzez emisję nowych akcji na okaziciela serii F. Wartości nominalna to 1,00 zł (jeden złoty) za każdą akcję, w liczbie nie mniejszej niż 1 (jedna) akcja i nie większej niż 10.378.000 (dziesięć milionów trzysta siedemdziesiąt osiem tysięcy) akcji.

Akcje nowej emisji mogą zostać nabyte w ramach oferty prywatnej, zgodnie z art. 431 § 2 pkt. 1 Kodeksu spółek handlowych. Zarząd przewiduje przedział cenowy dla akcji serii F między 2,1 a 2,6 zł, co powinno przynieść Spółce, środki w wysokości ponad 20 mln zł

(dwudziestu milionów złotych). Ostateczna cena emisyjna akcji (nie niższa niż 2 zł (dwa złote)), zostanie ustalona przez Zarząd w późniejszym okresie.

Akcje nowej emisji mogą być pokryte wyłącznie wkładami pieniężnymi. Będą uczestniczyć w dywidendzie począwszy od wypłat z zysku, jaki przeznaczony będzie do podziału za rok obrotowy rozpoczynający się 1 stycznia 2010 roku.

Określona przez Zarząd oferta, zawierająca szczegółowe warunki subskrypcji akcji serii F zostanie skierowana do wybranych inwestorów.

Emisja o której mowa powyżej, nie zostanie przeprowadzona w formie oferty publicznej w rozumieniu ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dz. U. Nr 184, poz. 1539 z późn. zm.).

Określone akcje serii F będące przedmiotem oferty (niepublicznej) podlegają dematerializacji w trybie i na warunkach określonych w art. 5 ust. 1-4 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi. Akcje serii F i prawa do akcji serii F zostaną dopuszczone oraz wprowadzone do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Zarząd, działając na podstawie upoważnienia zawartego w art. 7a Statutu Spółki, oraz zgodnie z uchwałą Rady Nadzorczej Spółki z dnia 9 grudnia 2009 roku, podjął decyzję o wyłączeniu w całości prawa poboru dotychczasowych Akcjonariuszy w odniesieniu do akcji na okaziciela serii F.

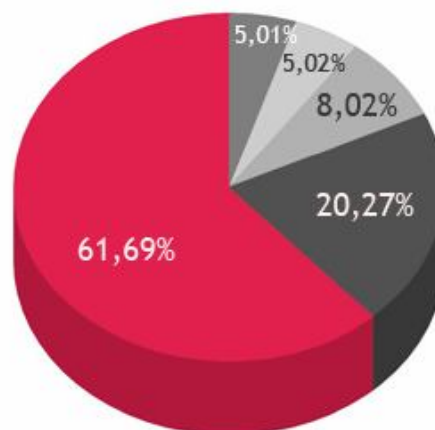
- **Emisja obligacji przez TV Point Group Sp. z o.o.**

W lutym 2009 roku Spółka zależna TV Point Group Sp. z o.o. wyemitowała 1 000 obligacji imiennych serii A o wartości nominalnej i cenie emisyjnej 500 zł każda. Obligacje są oprocentowane według WIBOR + 1 PP w skali roku. Dzień wykupu obligacji ustalony został na 31.12.2012 roku. Obligacje w całości objęte zostały przez Platformę Mediową Point Group.

8.3 Struktura akcjonariatu

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Emitenta na dzień 31 grudnia 2009 roku akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy byli:

Akcjonariusze	Ilość akcji	Udział w kapitale zakładowym i głosach na WZ
Michał Lisiecki	64 040 726	• 61,6861%
Parrish Media N.V.	8 326 426	• 8,0203%
Pioneer Pekao Investment Management SA	5 207 548	• 5,0161%
Dom Maklerski IDM S.A.	5 202 168	• 5,0109%
Pozostali	21 040 157	• 20,2665%
Ogółem	103 817 025	100%



Kapitał zakładowy emitenta wynosi 103 897 325 zł i dzieli się na 103 817 025 sztuk akcji o wartości nominalnej 1 zł każda, w tym:

- 31 450 akcji imiennych serii A i B
- 103 785 575 akcji zwykłych na okaziciela serii A, B, C, D, E

8.4 Zmiany w strukturze akcjonariatu

- W dniu 12 stycznia 2009 roku Emitent otrzymał zawiadomienie od Pioneer Pekao Investment Management S.A. (PPIM), który wykonując umowę o zarządzanie portfelem inwestycyjnym funduszy, zawartą między Pioneer Pekao Towarzystwem Funduszy Inwestycyjnych SA a PPIM oraz działając zgodnie z Art.87 ust. 1 pkt 3 lit. a i b Ustawy zawiadomił Emitenta w imieniu funduszy: Pioneer Akcji Polskich Fundusz Inwestycyjny Otwarty, Pioneer Małych i Średnich Spółek Rynku Polskiego Fundusz Inwestycyjny Otwarty, Pioneer Średnich Spółek Rynku Polskiego Fundusz Inwestycyjny Otwarty oraz Pioneer Zrównoważony Fundusz Inwestycyjny Otwarty (Fundusze), iż zwiększeniu uległ posiadany przez ww. Fundusze udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki Platforma Mediowa Point Group S.A.

Przed transakcją nabycia akcji Emitenta ww Fundusze posiadały łącznie 5 183 048 akcji Spółki co stanowiło 4,99% udziału w kapitale zakładowym. Akcje uprawniały do wykonywania 5 183 048 głosów na Walnym Zgromadzeniu i dawały 4,99% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta.

W wyniku nabycia akcji Emitenta w dniu 8 stycznia 2009 roku, ww Fundusze posiadają łącznie 5 207 548 akcji PMPG co stanowi 5,02% udziału w kapitale zakładowym spółki i uprawnia do wykonywania 5 207 548 głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta dając 5,02% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu.

- W dniu 15 stycznia 2009 roku Emitent otrzymał zawiadomienie od spółki Dom Maklerski IDM S.A. z siedzibą w Krakowie o następującej treści:

„Zgodnie z art. 69 ust.1 pkt.1 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dz. U. Nr 184, poz. 1530), Dom Maklerski IDMS.A. zawiadamia, iż w wyniku transakcji rozliczonych 8 stycznia 2009 roku, zmianie ulega procentowy udział głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. oraz w kapitale zakładowym spółki Platforma Mediowa Point Group S.A.

Przed zwiększeniem udziałów na rachunkach Domu Maklerskiego IDMS.A. znajdowało się 5 182 320 (słownie: pięć milionów sto osiemdziesiąt dwa tysiące trzysta dwadzieścia) sztuk akcji spółki Platforma Mediowa Point Group S.A., co stanowiło 4,99% w kapitale zakładowym spółki. Z akcji tych przysługiwało 5 182 320 (słownie: pięć milionów sto osiemdziesiąt dwa tysiące trzysta dwadzieścia) głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki Platforma Mediowa Point Group S.A., co stanowiło 4,99% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki.

W dniu 8 stycznia 2009 r. na rachunkach papierów wartościowych Domu Maklerskiego IDMS.A. znajdowało się 5 202 168 (słownie: pięć milionów dwieście dwa tysiące sto sześćdziesiąt osiem) sztuk akcji spółki Platforma Mediowa Point Group S.A., co stanowiło 5,01% w kapitale zakładowym spółki.

Z akcji tych przysługiwało 5 202 168 (słownie: pięć milionów dwieście dwa tysiące sto sześćdziesiąt osiem) głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki Platforma Mediowa Point Group S.A., co stanowiło 5,01% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki.”

8.5 Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu

W związku z upoważnieniem zawartym, w art. 7a Statutu Spółki, które pozwala Zarządowi PMPG S.A. na podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, w roku 2010, może dojść do zmian w strukturze akcjonariatu.

8.6 Uprzywilejowanie akcji

Brak akcji uprzywilejowanych.

8.7 Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

U Emitenta nie zostały wdrożone programy akcji pracowniczych

8.8 Akcje własne

• Nabycie akcji własnych przez Emitenta

W dniu 24 lipca 2009 r. Zarząd PMPG S.A. podjął uchwałę, zgodnie z którą postanowił o nabyciu akcji własnych w celu zapobieżenia bezpośrednio zagrażającej Emitentowi szkodzie, a równocześnie w celu zaspokojenia roszczeń Spółki, których nie można zaspokoić w inny sposób z majątku akcjonariusza, a więc na podstawie art. 362 § 1 pkt 1 ksh.

Przedmiotem nabycia było 550.000 szt. w pełni opłaconych akcji Spółki, o wartości nominalnej 1 zł każda, stanowiących 0,53% kapitału zakładowego Emitenta oraz dających łącznie 550.000 głosów na jego Walnym Zgromadzeniu.

Poza wskazanymi powyżej, Emitent oraz jednostki od niego zależne nie posiadają akcji własnych Spółki.

Nabycie ww. papierów wartościowych zarząd Spółki uzasadnił zagrożeniem bezpośrednich interesów Emitenta, w wyniku zaistnienia wysokiego prawdopodobieństwa niespłacenia wymagalnych zobowiązań przez pożyczkobiorcę. W związku z powyższym Zarząd Spółki postanowił zaakceptować zaproponowaną przez pożyczkobiorcę formę spłaty zobowiązania poprzez przeniesienie posiadanych przez niego akcji spółki Platforma Mediowa Point Group S.A. na Emitenta.

Zarząd Spółki zobowiązał się jednocześnie do zwołania Walnego Zgromadzenia Spółki w celu podjęcia uchwały o nabyciu w/w akcji własnych na podstawie art. 362 ksh. Za wartość świadczenia spełnionego przez Emitenta w zamian za nabyte akcje należy uznać wartość tej pożyczki, tj. 935.000 PLN.

• Przyjęcie w depozyt akcji własnych

W dniu 6 sierpnia 2009 r., działając na podstawie art. 362 KSH, Zarząd PMPG S.A. podjął uchwałę, zgodnie z którą postanowił o przyjęciu w depozyt akcji własnych w celu zabezpieczenia zrealizowania przez Grupę Kapitałową Media Works oraz spółkę Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o. wyniku (zysku netto) za rok 2009 wynikającego z umowy inwestycyjnej z dnia 19.06.2008 roku.

Przedmiotem przyjęcia w depozyt jest 1.720.000 szt. w pełni pokrytych akcji Spółki, o wartości nominalnej 1 zł każda, stanowiących 1,65 % kapitału zakładowego Emitenta oraz dających łącznie 1.720.000 głosów na jego Walnym Zgromadzeniu.

Tym samym Emitent posiada łącznie 2.270.000 akcji własnych, które dają 2.270.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Jednostki zależne od Emitenta nie posiadają akcji Spółki.

Zgodnie z zapisami Umowy Inwestycyjnej, za akcje spółki Media Works S.A. zapłacono nowowymitowanymi akcjami Emitenta serii E, przy czym obrót tymi akcjami podlega ograniczeniu do czasu zrealizowania przez Grupę Kapitałową Media Works oraz spółkę Bluetooth and Marketing Services sp. z o.o. określonego wyniku.

Zarząd Emitenta postanowił przyjąć nowe zabezpieczenie zaoferowane przez sygnatariuszy ww. Umowy Inwestycyjnej poprzez przyjęcie w depozyt akcji własnych do czasu zatwierdzenia zaudytowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Media Works oraz spółki Bluetooth and Marketing Services sp. z o.o. za rok 2009. Do tego czasu akcje będą zabezpieczone blokada/lockup.

Z uwagi na fakt, iż ww. akcje własne Emitenta zostały przekazane Spółce do nieodpłatnego depozytu, w celu dodatkowego zabezpieczenia wykonania zobowiązania polegającego na osiągnięciu przez ww. podmioty założonego wyniku, w związku z wykonaniem ww. umowy depozytu nie doszło do spełnienia przez PMPG świadczenia, co oznacza, iż nie jest możliwe określenie wartości świadczenia spełnionego w zamian za objęte depozytem akcje.

Powyższe zabezpieczenie zostało przez PMPG zastosowane ze względu na fakt słabszej koniunktury w roku 2009, mimo podtrzymania przez Zarząd Grupy Kapitałowej Media Works realizacji prognozy, w celu lepszego zabezpieczenia interesu akcjonariuszy Spółki PMPG S.A. poprzez ochronę jej przyszłych wyników.

9. Pozostałe informacje

9.1 Postępowania sądowe i administracyjne

PMPG SA w chwili obecnej jest w trakcie wyjaśniania sprawy z Bankiem BZ WBK związanej z udzieleniem poręczenia wekslowego zobowiązania spółki 3P Inwestycje Internetowe. Zgodnie z posiadanymi przez PMPG SA dokumentami oraz analizą sprawy, spółka nie jest związana ww. stosunkiem prawnym z Bankiem BZ WBK.

9.2 Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

Przegląd jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej PMPG za okres od 1.01.2009 r. do 31.12.2009 r. przeprowadziła uprawniona do tego firma audytorska PKF Audyt Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (01-747) przy ul. Elbląskiej 15/17, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy pod nr KRS 19875 oraz na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 548.

Umowa pomiędzy Platformą Mediową Point Group S.A a PKF Audyt Sp. z o.o., obejmująca:

- przegląd sprawozdania finansowego Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group S.A. za I półrocze 2009 roku. Umowa została zawarta w dniu 04.08.2009 roku w Warszawie.

Zgodnie z umową, podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego otrzymał wynagrodzenie w kwocie 30,- tyś.PLN plus podatek VAT

- badania sprawozdania finansowego Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group S.A. za 2009 rok.

Umowa została zawarta w dniu 04.08.2009 roku w Warszawie.

Zgodnie z umową, podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego otrzymuje wynagrodzenie w wysokości 50,- tys. PLN plus podatek VAT.

Emitent korzystał wcześniej z usług firmy PKF Consult Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (01-747) przy ul. Elbląskiej 15/17, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy pod nr KRS 34774 oraz na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 477.

w zakresie przeprowadzenia:

- badania sprawozdania finansowego Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group S.A. za 2008 rok.

Wybór biegłego rewidenta został dokonany przez Radę Nadzorczą zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

9.3 Dane teleadresowe

Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna (PMPG S.A., Spółka, Emitent) jest Jednostką Dominującą Grupy Kapitałowej PMPG.

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Miasta Stołecznego Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000051017.

Siedziba Jednostki Dominującej mieści się w Warszawie,

Adres: Al. Jerozolimskie 146 C., 02-305 Warszawa.

Spółka jest spółką publiczną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

9.4 Podpisy

Podpisy wszystkich Członków Zarządu			
Data	Imię i Nazwisko	Stanowisko/Funkcja	Podpis
2010-03-22	Michał M. Lisiecki	Prezes Zarządu	
2010-03-22	Marek Jakubczyk	Wiceprezes Zarządu	
2010-03-22	Tomasz Sadowski	Wiceprezes Zarządu	

Załącznik nr 1

OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W ROKU OBROTOWYM ZAKOŃCZONYM 31 GRUDNIA 2009 ROKU

I. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru jest publicznie dostępny.

W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2009 Spółka przestrzegała zasad zawartych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” stanowiących załącznik do Uchwały Nr 12/1170/2007 Rady Giełdy z dnia 4 lipca 2007 r. Zasady te opublikowane są na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl>.

II. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, które nie były przez emitenta stosowane, wraz ze wskazaniem jakie były okoliczności i przyczyny nie zastosowania danej zasady oraz w jaki sposób spółka zamierza usunąć ewentualne skutki nie zastosowania danej zasady lub jakie kroki zamierza podjąć, by zmniejszyć ryzyko nie zastosowania danej zasady w przyszłości.

W 2009 roku Spółka przestrzegała zasad zawartych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” z wyjątkiem następujących zasad:

1) Zasady z punktu I.1.:

„Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod komunikowania powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, umożliwić transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej”.

Komentarz:

Spółka odstąpiła od stosowania powyższej zasady w zakresie transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet oraz w zakresie rejestrowania przebiegu obrad i publikowania go na stronie internetowej. Powodem odstąpienia od stosowania zasady, w tym zakresie jest fakt, że na Walnych Zgromadzeniach Spółki reprezentowane jest z reguły 75 % kapitału zakładowego Spółki. Spółka ponadto publikuje poprzez komunikaty giełdowe oraz na stronie internetowej Spółki treść podjętych uchwał przez Walne Zgromadzenie, zapewniając w ten sposób dostęp pozostałym akcjonariuszom do informacji.

2) Zasady z punktu II.1.5:

„Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w przypadku gdy, wyboru członków organu spółki dokonuje walne zgromadzenie - udostępnione spółce uzasadnienia kandydatur zgłaszanych do zarządu i rady nadzorczej wraz z życiorysami zawodowymi, w terminie umożliwiającym zapoznanie się z nimi oraz podjęcie uchwały z należyтым rozeznaniem”.

Komentarz:

W 2009 roku Spółka nie zastosowała się do powyższej zasady zamieszczania na stronie internetowej Spółki życiorysów, wraz z uzasadnieniem wyboru, kandydatów na członków organów Spółki wybieranych przez Walne Zgromadzenie Spółki z powodu, iż w minionym roku obrotowym do Spółka nie prowadziła naboru na członków organów Spółki, a wszelkie dokonane zmiany w organach polegały na wyborze osób przedstawianych bezpośrednio przez akcjonariuszy Spółki podczas Walnych Zgromadzeń.

3) Zasady z punktu II.1.6:

„Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej, z uwzględnieniem pracy jej komitetów, wraz z przekazaną przez radę nadzorczą oceną pracy rady nadzorczej oraz systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla spółki”.

Komentarz:

Spółka nie zastosowała się do powyższej zasady z tego względu, że Rada Nadzorcza odstąpiła w 2009 roku od sporządzenia rocznego sprawozdania z jej działalności oraz od przekazania oceny swojej pracy (wyjaśnienie poniżej do zasady III.1.1.).

4) Zasady z punktu II.1.11:

„Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej powzięte przez zarząd na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu”.

Komentarz:

Spółka nie stosowała w roku 2009 powyższej zasady w całości, nie zamieszczając oświadczeń członków Rady Nadzorczej co do informacji o powiązaniach, które Spółka uznała za nieistotne. Spółka jednakże podjęła już wszelkie kroki aby zamieścić pełne oświadczenia członków Rady Nadzorczej o powiązaniach z akcjonariuszami dysponującymi akcjami reprezentującymi powyżej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.

5) Zasady z punktu II.1.13:

„Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej raport dotyczący stosowania zasad ładu korporacyjnego zawartych w niniejszym zbiorze”

Komentarz:

Spółka nie zastosowała powyższej zasady, z tego względu, że w roku 2008, oprócz zasad zawartych w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”, Spółka przestrzegała także zasad zawartych w dokumencie „Dobre Praktyki w spółkach publicznych 2005”, w związku z czym zamieściła na stronie internetowej Spółki raport dotyczący stosowania tychże zasad. W roku 2009 Spółka stosowała wyłącznie zasady „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” w związku z czym, po przekazaniu

niniejszego raportu, podsumowującego przestrzeganie przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego w roku 2009, Spółka zamieści go na stronie internetowej Spółki.

6) 4) Zasady z punktu III.1:

„Poza czynnościami wymienionymi w przepisach prawa rada nadzorcza powinna:

1. Raz w roku sporządzać i przedstawiać zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu ocenę związłą ocenę sytuacji spółki, z uwzględnieniem oceny systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla spółki,
2. Raz w roku dokonać i przedstawiać zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu ocenę swojej pracy,
3. Rozpatrywać i opiniować sprawy mające być przedmiotem uchwał walnego zgromadzenia,”

Komentarz:

Rada Nadzorcza Spółki w roku 2009 odstąpiła czasowo od stosowania w pełni powyższej zasady poprzez niezastosowanie punktów 1 oraz 2. Jednakże, aby zminimalizować skutki niestosowania zasady, Rada Nadzorcza na swych posiedzeniach prezentowała Zarządowi sprawozdania ze swej działalności oraz związłą ocenę sytuacji Spółki. Rada Nadzorcza udzielała także wszelkich informacji i wskazówek, które uważała za istotne, obligując Zarząd do przekazywania ich Akcjonariuszom Spółki podczas Walnych Zgromadzeń. W kolejnym roku obrotowym Rada Nadzorcza starać się będzie w pełni przestrzegać powyższej zasady poprzez sporządzenie i przedstawienie walnemu Zgromadzeniu Spółki raport z działalności Rady Nadzorczej oraz ocenę sytuacji Spółki.

7) Zasady z punktu III.3:

„Członkowie rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia”.

Komentarz:

Rada Nadzorcza Spółki nie praktykowała powyższej zasady w związku z nie zastosowaniem zasady III.1.1. (uzasadnienie powyżej). Rada Nadzorcza na swoich posiedzeniach przekazywała wszelkie istotne dla Akcjonariuszy informacje na temat działalności Rady Nadzorczej i sytuacji Spółki członkom Zarządu, w celu dalszego przekazania ich Akcjonariuszom. W ten sposób Rada Nadzorcza zminimalizowała zagrożenie braku przepływu informacji pomiędzy Radą Nadzorczą a Akcjonariuszami. W kolejnym roku obrotowym Rada Nadzorcza podejmie wszelkie starania aby w pełni przestrzegać powyższej zasady poprzez uczestnictwo członków Rady Nadzorczej w obradach Walnego Zgromadzenia Spółki.

8) Zasady z punktu III.7:

„W ramach rady nadzorczej powinien funkcjonować co najmniej komitet audytu. W skład tego komitetu powinien wchodzić co najmniej jeden członek niezależny od spółki i podmiotów pozostających w istotnym powiązaniu ze spółką, posiadający kompetencje w dziedzinie rachunkowości i finansów. W spółkach, w których rada nadzorcza składa się z minimalnej wymaganej przez prawo liczby członków, zadania komitetu mogą być wykonywane przez radę nadzorczą.”

Komentarz:

W roku 2009 Rada Nadzorcza Spółki nie stosowała powyższej zasady w pełnym zakresie. Rada Nadzorcza Spółki składa się z minimalnej liczby członków, wobec czego nie wyodrębniła komitetu audytu. Rada Nadzorcza starała się sprawować zadania kontrolne gremialnie. W połowie roku 2009 do składu Rady Nadzorczej powołani zostali członkowie posiadający odpowiednią wiedzę w dziedzinie rachunkowości, co wzmocniło kompetencje Rady Nadzorczej w zakresie audytu. Ponadto aby w pełni realizować zasadę III.7 oraz wypełnić obowiązki ustawowe w zakresie kontroli audytorskiej Rada Nadzorcza zobowiązała się od lutego 2010 roku współpracować z audytorem Spółki.

III. Główne cechy stosowanych w PMPG SA systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Spółce i jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia z dnia 19 października 2005 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

Przeglądowi przez biegłego rewidenta podlegają półroczne sprawozdania finansowe; natomiast badaniu podlegają sprawozdania finansowe roczne: jednostkowe i skonsolidowane.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej funkcjonuje poprzez:

- półroczne przeglądy i roczne badania publikowanych sprawozdań finansowych PMPG S.A. i Grupy Kapitałowej przez biegłego rewidenta,
- ustalanie zakresu raportowania na bazie obowiązujących Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (MSR) i Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- wewnętrzny podział obowiązków w procesie przygotowania sprawozdań finansowych,
- autoryzacje sprawozdań finansowych przed publikacją.

Za przygotowywanie sprawozdań finansowych, okresowej sprawozdawczości finansowej i bieżącej sprawozdawczości zarządczej Spółki odpowiedzialny jest pion finansowy nadzorowany przez Wiceprezesa Zarządu Spółki.

IV. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczące pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Emitenta na dzień 31 grudnia 2009 roku akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy byli:

Akcjonariusz	Liczba akcji	Procentowy udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki	Procentowy udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki
Michał Lisiecki	64 040 726	61,6861%	64 040 726	61,6861%
Parrish Media N.V.	8 326 426	8,0203%	8 326 426	8,0203%
Pioneer Pekao Investment Management SA	5 207 548	5,0161%	5 207 548	5,0161%
Dom Maklerski IDM S.A.	5 202 168	5,0109%	5 202 168	5,0109%

V. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień.

Dla akcjonariuszy PMPG SA nie wynikają jakiegokolwiek specjalne uprawnienia kontrolne z faktu posiadania papierów wartościowych Emitenta.

VI. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania praw głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

W PMPG SA nie występują ograniczenia odnośnie wykonywania praw głosu.

VII. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta.

W PMPG SA nie występują ograniczenia odnośnie przenoszenia praw własności papierów wartościowych.

VIII. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

Rada Nadzorcza

W skład Rady Nadzorczej wchodzi od 5 do 9 członków, w tym Przewodniczący, Wiceprzewodniczący oraz Sekretarz. Członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Kadencja, na którą powoływani są członkowie Rady Nadzorczej jest wspólna i trwa trzy lata. Każdy z członków, a także cała Rada Nadzorcza, mogą zostać odwołani w każdym czasie przed upływem kadencji. Zgodnie ze Statutem Spółki oraz Regulaminem Rady Nadzorczej, Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza wybiera Rada Nadzorcza z grona członków Rady w głosowaniu tajnym.

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki. Do uprawnień Rady Nadzorczej należy ponadto powoływanie i odwoływanie członków Zarządu oraz ustalanie zasad wynagradzania członków Zarządu, reprezentowanie Spółki w umowach z członkami Zarządu, w tym również w zakresie warunków zatrudniania członków Zarządu, zawieszanie, z ważnych powodów, w czynnościach poszczególnych lub wszystkich członków Zarządu, a także delegowanie członka lub członków Rady do czasowego wykonywania czynności członków Zarządu nie mogących sprawować swych czynności, zatwierdzanie regulaminu Zarządu, wybór biegłego rewidenta uprawnionego do badania sprawozdań finansowych Spółki, ocena sprawozdania finansowego, zarówno co do zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym, ocena sprawozdania Zarządu oraz wniosków Zarządu co do podziału zysku i pokrycia straty oraz składanie Walnemu Zgromadzeniu corocznego sprawozdania pisemnego z wyników tej oceny, zatwierdzanie strategii rozwoju Spółki, a także rocznych i wieloletnich planów finansowych.

Zarząd

Zarząd Spółki składa się z 1 do 5 członków, w tym Prezesa Zarządu oraz nie więcej niż trzech Wiceprezesów.

Liczbę członków Zarządu określa Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza Emitenta powołuje i odwołuje członków Zarządu. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji, która trwa pięć lat.

Mandaty członków Zarządu wygasają najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji. Mandat członka powołanego do Zarządu przed upływem danej kadencji wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Prezes i pozostali członkowie Zarządu oraz cały Zarząd mogą być odwołani lub z ważnych powodów zawieszeni przez Radę Nadzorczą w każdym czasie przed upływem kadencji, uchwałą powziętą większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów obecnych na posiedzeniu.

Członkowie Zarządu pełnią swoje funkcje wyłącznie osobiście. Ponadto nadzorują prace poszczególnych jednostek organizacyjnych Spółki. Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę.

Zarząd, na mocy uchwały nr 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 13 lutego 2009 roku upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego, w terminie trzech lat od dnia powzięcia uchwały. W przypadku emisji akcji Spółki w ramach kapitału docelowego podwyższanego o więcej niż 1 000 000 zł (jeden milion złotych), w trybie opisanym powyżej konieczne jest uzyskanie zgody Rady Nadzorczej. Na mocy upoważnienia Zarząd, za zgodą Rady Nadzorczej, może pozbawić dotychczasowych akcjonariuszy w całości lub w części prawa poboru akcji emitowanych w ramach kapitału docelowego.

W pozostałych przypadkach podwyższenie i obniżenie kapitału zakładowego, jeżeli przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu nie stanowią inaczej wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

IX. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta.

Zmiana statutu Spółki należy wyłącznie do kompetencji Walnego Zgromadzenia.

X. Opis sposobu działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa.

Walne Zgromadzenie Spółki PMPG S.A działa w oparciu o:

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Walnego Zgromadzenia,

Walne Zgromadzenie obraduje jako zwyczajne bądź nadzwyczajne. Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki w przypadkach określonych w Statucie bądź też w Kodeksie spółek handlowych.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd w miarę potrzeby, względnie na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego. Zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy powinno nastąpić w terminie 14 dni od daty zgłoszenia wniosku. Wniosek należy złożyć Zarządowi na piśmie lub w postaci elektronicznej.

Rada Nadzorcza może ponadto zwołać Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy jeżeli uzna je za wskazane.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie może być zwołane także przez akcjonariuszy reprezentujących co najmniej połowę ogółu głosów w Spółce.

Walne Zgromadzenie może odbyć się i powziąć uchwały także bez formalnego zwołania, jeśli cały kapitał jest reprezentowany, a nikt nie wniesie sprzeciwu, ani co do odbycia Walnego Zgromadzenia ani co do porządku obrad.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd w ciągu sześciu miesięcy po upływie każdego roku obrotowego.

Zwyczajne walne zgromadzenie może zwołać Rada Nadzorcza, jeżeli zarząd nie zwoła go w terminie ustalonym w punkcie 1 niniejszego paragrafu.

Walne Zgromadzenie zwołuje się przez ogłoszenie dokonywane na stronie internetowej spółki oraz w formie komunikatu bieżącego, na co najmniej 26 dni przed terminem walnego zgromadzenia.

W ogłoszeniu spółka podaje: datę, godzinę i miejsce walnego zgromadzenia oraz szczegółowy porządek obrad, szczegółowy opis procedur dotyczących uczestnictwa w walnym zgromadzeniu i wykonywania prawa głosu.

Uprawnionymi do uczestnictwa w Walnym zgromadzeniu są:

- a) osoby będące akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą walnego zgromadzenia (dzień rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu).

- b) Osoby uprawnione z akcji imiennych i świadectw tymczasowych oraz zastawników i użytkowników, którym przysługuje prawo głosu, o ile będą wpisani do księgi akcyjnej w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.
- c) Właściciele akcji na okaziciela mających postać dokumentu mogą uczestniczyć w walnym zgromadzeniu spółki, jeżeli dokumenty akcji zostaną złożone w spółce nie później niż w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu i nie będą odebrane przed zakończeniem tego dnia. Zamiast akcji może być złożone zaświadczenie wydane na dowód złożenia akcji u notariusza, w banku lub firmie inwestycyjnej mających siedzibę lub oddział na terytorium Unii Europejskiej lub państwa będącego stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym, wskazanych w ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia. W zaświadczeniu wskazuje się numery dokumentów akcji i stwierdza, że dokumenty akcji nie będą wydane przed upływem dnia rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.
- d) Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej,
- e) Członkowie organów Spółki, których mandaty wygasły przed dniem Walnego Zgromadzenia,
- f) Organ zwołujący Walne Zgromadzenie może zaprosić inne osoby, jeżeli udział ich jest uzasadniony.

Lista akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu podpisana przez Zarząd, zawierająca nazwiska i imiona albo firmy (nazwy) uprawnionych, ich miejsce zamieszkania (siedzibę), liczbę, rodzaj i numery akcji oraz liczbę przysługujących im głosów jest wykładana w sekretariacie Zarządu przez trzy dni powszednie przed odbyciem Walnego Zgromadzenia.

Akcjonariusze mogą przeglądać listę akcjonariuszy w lokalu Zarządu oraz żądać odpisu listy za zwrotem kosztów jego sporządzenia.

Akcjonariusze mogą żądać przesłania listy akcjonariuszy nieodpłatnie pocztą elektroniczną, podając adres, na który lista powinna być wysłana.

Akcjonariusze mają prawo żądać wydania odpisu wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad w terminie tygodnia przed Walnym Zgromadzeniem.

Akcjonariusze mogą uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocników.

Pełnomocnictwo do uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki i wykonywania prawa głosu wymaga udzielenia na piśmie lub w postaci elektronicznej. Udzielenie pełnomocnictwa w postaci elektronicznej nie wymaga opatrzenia bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Akcjonariusz udzielający pełnomocnictwa w postaci elektronicznej do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu powinien zawiadomić o tym Spółkę przesyłając skan pełnomocnictwa na adres emailowy wskazany przez Zarząd w ogłoszeniu o zwołaniu Walnego Zgromadzenia.

Osoby działające w imieniu akcjonariuszy będących osobami prawnymi jako członkowie ich władz powinni wykazać swoje prawo reprezentacji odpisem z rejestru handlowego.

Obrady Walnego Zgromadzenia otwiera Przewodniczący lub Wiceprzewodniczący albo Członek Rady Nadzorczej. Osoba otwierająca obrady przeprowadza wybór Przewodniczącego Zgromadzenia spośród osób uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu. Po wyborze przewodniczącego sporządzona zostaje lista obecności, która wyłożona jest podczas obrad. Przedmiotowa lista zawiera spis uczestników Walnego Zgromadzenia z wymienieniem liczby akcji i służących im głosów. Przewodniczący przedstawia porządek obrad Zgromadzenia oraz wyznacza osoby dokonujące obliczeń głosów przed powołaniem Komisji Skrutacyjnej Zgromadzenia.

Zgodnie z postanowieniami Statutu Emitenta Walne Zgromadzenie może podejmować uchwały jedynie w sprawach objętych porządkiem obrad, z zastrzeżeniem art. 404 KSH. Wprowadzenie nowych spraw do porządku obrad jest możliwe, jeżeli cały kapitał zakładowy jest reprezentowany i nikt z obecnych nie wniósł sprzeciwu. Statut Emitenta oraz Regulamin Walnego Zgromadzenia stanowią, iż uchwały Walnego Zgromadzenia, o ile przepisy kodeksu spółek handlowych lub statutu nie stanowią inaczej, zapadają bezwzględną większością głosów oddanych. Za głosy oddane uważa się głosy "za", "przeciw" i "wstrzymujące się". Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością głosów, bez względu na liczbę akcji obecnych na Walnym Zgromadzeniu. Zasada powyższa nie dotyczy przypadków, w których dla podjęcia danej uchwały przewidziano w przepisach prawa lub Statucie wymóg większości kwalifikowanej.

Statut Emitenta w § 20 określa przypadki, w których wymagane jest podjęcie przez Walne Zgromadzenie uchwały, tj.:

- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania finansowego Spółki za ubiegły rok obrotowy, a także sprawozdania z działalności Spółki;
- udzielanie absolutorium członkom Rady Nadzorczej i członkom Zarządu Spółki z wykonania przez nich obowiązków;
- decydowanie o podziale zysku oraz o pokrywaniu strat, a także sposobie wykorzystania funduszy utworzonych z zysku, z zastrzeżeniem przepisów szczególnych regulujących w sposób odmienny tryb wykorzystania takich funduszy;
- powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej oraz ustalanie zasad wynagradzania członków Rady Nadzorczej;
- podwyższenie i obniżenie kapitału zakładowego;
- wszelkie postanowienia dotyczące roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu Spółki oraz sprawowaniu nadzoru lub zarządu;
- wyrażanie zgody na zbycie i wydzierżawienie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz ustanowienie na nich ograniczonego prawa rzeczowego;
- zmiana Statutu;
- tworzenie i likwidowanie kapitałów rezerwowych i innych kapitałów oraz funduszy Spółki;
- decydowanie o umorzeniu akcji oraz nabywaniu akcji w celu ich umorzenia i określenie warunków ich umorzenia;
- emisja obligacji zamiennych lub z prawem pierwszeństwa;
- rozwiązanie, likwidacja i przekształcenie Spółki oraz jej połączenie z inną spółką;
- uchwalenie regulaminu Walnego Zgromadzenia;
- inne sprawy, dla których kodeks spółek handlowych wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Uchwała o zmianie przedmiotu działalności Spółki, która została powzięta większością 2/3 głosów oddanych przy obecności Akcjonariuszy, przedstawiających przynajmniej połowę kapitału zakładowego, jest skuteczna i nie powoduje obowiązku wykupu akcji tych Akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na tę zmianę. Ponadto uchwały co do emisji akcji, emisji obligacji zamiennych i obligacji z prawem pierwszeństwa objęcia akcji, umorzenia akcji, obniżenia kapitału zakładowego, zbycia przedsiębiorstwa Spółki albo jego zorganizowanej części, zmiany statutu, i rozwiązania Spółki zapadają większością ¾ głosów oddanych.

Prawa i obowiązki związane z akcjami Spółki są określone w przepisach Kodeksu Spółek Handlowych, w Statucie oraz w innych przepisach prawa.

Akcje Emitenta są akcjami imiennymi oraz akcjami zwykłymi na okaziciela. Z akcjami nie są związane żadne dodatkowe prawa, przywileje ani ograniczenia. Zgodnie z § 7 ust. 3 Statutu Emitenta akcje na okaziciela mogą być zamienione na akcje imienne albo odwrotnie.

Prawa majątkowe związane z akcjami Spółki obejmują m.in.:

- Prawo do dywidendy, to jest udziału w zysku Spółki, wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, przeznaczonym przez Walne Zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom (art. 347 KSH). Zysk rozdziela się w stosunku do liczby akcji. Statut Emitenta nie przewiduje żadnych przywilejów w zakresie tego prawa.
- Prawo zamiany akcji imiennych na akcje na okaziciela albo odwrotnie - może być zrealizowane na żądanie akcjonariusza (art. 334 § 2 KSH). Statut Spółki nie zawiera odmiennych postanowień.
- Prawo pierwszeństwa do objęcia nowych akcji w stosunku do liczby posiadanych akcji (prawo poboru); przy zachowaniu wymogów, o których mowa w art. 433 KSH, akcjonariusz może zostać pozbawiony tego prawa w części lub w całości w interesie Spółki mocą uchwały Walnego Zgromadzenia podjętej większością co najmniej czterech piątych głosów.
- Prawo do udziału w majątku Spółki pozostałym po zaspokojeniu lub zabezpieczeniu wierzycieli w przypadku jej likwidacji; Statut Spółki nie przewiduje żadnego uprzywilejowania w tym zakresie.
- Akcje Spółki mogą być umorzone za zgodą akcjonariusza w drodze nabycia akcji przez Spółkę (umorzenie dobrowolne). Warunki i tryb umorzenia dobrowolnego określa uchwała Walnego Zgromadzenia.
- Prawo do zbywania posiadanych akcji.
- Prawo do obciążania posiadanych akcji zastawem lub użytkowaniem.

Uprawnienia korporacyjne związane z akcjami obejmują m.in.:

- Prawo do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu (art. 412 KSH) oraz prawo do głosowania na Walnym Zgromadzeniu (art. 411 § 1 KSH). Każdej akcji przysługuje jeden głos na Walnym Zgromadzeniu (art. 411 KSH). Akcjonariusz może głosować odmiennie z każdej z posiadanych akcji (art. 411³ KSH).
- Prawo do złożenia wniosku o zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia oraz do złożenia wniosku o umieszczenie w porządku obrad poszczególnych spraw przyznane akcjonariuszom posiadającym co najmniej jedna dwudziestą kapitału zakładowego Spółki (art. 400 § 1 KSH).
- Prawo zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia przyznane akcjonariuszom posiadającym co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce (art. 399 § 3 KSH).
- Prawo do zaskarżania uchwał Walnego Zgromadzenia na zasadach określonych w art. 422-427 KSH.
- Prawo do żądania wyboru Rady Nadzorczej oddzielnymi grupami; zgodnie z art. 385 § 3 KSH na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej jedną piątą część kapitału

zakładowego, wybór Rady Nadzorczej powinien być dokonany przez najbliższe Walne Zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami.

- Prawo do uzyskania informacji o Spółce w zakresie i w sposób określony przepisami prawa, w szczególności zgodnie z art. 428 KSH, podczas obrad Walnego Zgromadzenia Zarząd jest obowiązany do udzielenia akcjonariuszowi, na jego żądanie, informacji dotyczących Spółki, jeżeli jest to uzasadnione dla oceny sprawy objętej porządkiem obrad; akcjonariusz, któremu odmówiono ujawnienia żądanej informacji podczas obrad Walnego Zgromadzenia który zgłosił sprzeciw do protokołu, może złożyć wniosek do Sadu Rejestrowego o zobowiązanie Zarządu do udzielenia informacji (art. 429 KSH).
- Prawo do żądania wydania odpisów sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego wraz z odpisem sprawozdania Rady Nadzorczej oraz opinii biegłego rewidenta najpóźniej na piętnaście dni przed Walnym Zgromadzeniem (art. 395 § 4 KSH).
- Prawo do przeglądania w lokalu Zarządu listy akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu oraz żądania odpisu listy za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 407 § 1 KSH).
- Prawo do żądania przesłania listy akcjonariuszy nieodpłatnie drogą elektroniczną, podając adres na który lista powinna być wysłana (art. 407 § 1¹ KSH).
- Prawo do żądania wydania odpisu wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad w terminie tygodnia przed Walnym Zgromadzeniem (art. 407 § 2 KSH).
- Prawo do złożenia wniosku o sprawdzenie listy obecności na Walnym Zgromadzeniu przez wybraną w tym celu komisję, złożoną z co najmniej z trzech osób. Wniosek mogą złożyć akcjonariusze, posiadający jedna dziesiątą kapitału zakładowego reprezentowanego na tym Walnym Zgromadzeniu. Wnioskodawcy mają prawo wyboru jednego członka komisji (art. 410 § 2 KSH).
- Prawo do przeglądania księgi protokołów oraz żądania wydania poświadczonych przez Zarząd odpisów uchwał (art. 421 § 2 KSH).
- Prawo do wniesienia powództwa o naprawienie szkody wyrządzonej Spółce na zasadach określonych w art. 486 i 487 KSH, jeżeli Spółka nie wytoczy powództwa o naprawienie wyrządzonej jej szkody w terminie roku od dnia ujawnienia czynu wyrządzającego szkodę.
- Prawo do przeglądania dokumentów oraz żądania udostępnienia w lokalu Spółki bezpłatnie odpisów dokumentów, o których mowa w art. 505 § 1 KSH (w przypadku połączenia spółek), w art. 540 § 1 KSH (w przypadku podziału Spółki) oraz w art. 561 § 1 KSH (w przypadku przekształcenia Spółki).
- Prawo do przeglądania księgi akcyjnej i żądania wydania odpisu za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 341 § 7 KSH).
- Prawo żądania, aby spółka handlowa, która jest akcjonariuszem Emitenta, udzieliła informacji, czy pozostaje ona w stosunku dominacji lub zależności wobec określonej spółki handlowej albo spółdzielni będącej akcjonariuszem Emitenta albo czy taki stosunek dominacji lub zależności ustał. Akcjonariusz może żądać również ujawnienia liczby akcji lub głosów albo liczby udziałów lub głosów, jakie ta spółka handlowa posiada, w tym także jako zastawnik, użytkownik lub na podstawie porozumień z innymi osobami. Żądanie udzielenia informacji oraz odpowiedzi powinny być złożone na piśmie.

XI. Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących Emitenta oraz ich komitetów.

1. Skład osobowy oraz zasady działania organów zarządzających w 2009 roku.

Zarząd Emitenta działa w oparciu o :

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Zarządu.

Na dzień 31.12.2009 roku skład Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. przedstawiał się następująco:

Michał M. Lisiecki - Prezes Zarządu
Marek Jakubczyk – Wiceprezes Zarządu
Tomasz Sadowski – Wiceprezes Zarządu

Zmiany w składzie Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. w 2009 roku

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku nastąpiły następujące zmiany w składzie Zarządu:

- W dniu 31 marca 2009 roku z pełnienia funkcji Członka Zarządu zrezygnował Pan Paweł Hordyński,
- W dniu 1 lipca 2009 roku, na mocy uchwały Rady Nadzorczej z dnia 9 czerwca 2009 roku, funkcję Wiceprezesa Zarządu objął Pan Marek Jakubczyk.
- W dniu 13 października 2009 roku z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu zrezygnował Pan Piotr Surmacki.

Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę. Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki nie zastrzeżone przepisami prawa albo Statutem Spółki do kompetencji Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.

Zarząd Spółki składa się z 1 do 5 członków, w tym Prezesa Zarządu oraz nie więcej niż trzech Wiceprezesów.

Liczbę członków Zarządu określa Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza Emitenta powołuje i odwołuje członków Zarządu. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji, która trwa pięć lat.

Mandaty członków Zarządu wygasają najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji. Mandat członka powołanego do Zarządu przed upływem danej kadencji wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Prezes i pozostali członkowie Zarządu oraz cały Zarząd mogą być odwołani lub z ważnych powodów zawieszeni przez Radę Nadzorczą w każdym czasie przed upływem kadencji, uchwałą powziętą większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów obecnych na posiedzeniu.

Członkowie Zarządu pełnią swoje funkcje wyłącznie osobiście. Ponadto nadzorują prace poszczególnych jednostek organizacyjnych Spółki.

Oświadczenia woli w imieniu Spółki składa Prezes Zarządu samodzielnie, dwóch członków Zarządu działających łącznie lub członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

Opis działania Zarządu reguluje Regulamin Zarządu oraz Statut. Treść obu dokumentów jest dostępna na stronie internetowej www.point-group.pl.

2. Skład osobowy oraz zasady działania organów nadzorujących w 2009 roku.

Rada Nadzorcza działa w oparciu o :

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Rady Nadzorczej

Na dzień 31.12.2009 roku skład Rady Nadzorczej, przedstawiał się następująco:

Przewodniczący: Tomasz Biełanowicz

Wiceprzewodniczący: Katarzyna Gintrowska

Członkowie: Piotr Żochowski, Jarosław Pachowski, Andrzej Chmiel.

Zmiany w składzie Rady Nadzorczej Spółki w 2009 roku.

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku nastąpiły następujące zmiany w składzie Rady Nadzorczej:

- W dniu 13 lutego 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki uchwałą nr 6 przyjęło rezygnacje z pełnienia funkcji członków Rady Nadzorczej przez Panów Krzysztofa Felucha, Davida Williamsa oraz Giuseppe Mirante. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki Uchwałami nr 7, 8 i 9 z dnia 13 lutego 2009 roku powołało do pełnienia funkcji członków Rady Nadzorczej Panów: Marka Jakubczyka, Jarosława Pachowskiego i Piotra Żochowskiego.

- W dniu 9 czerwca 2009 roku z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej zrezygnował Pan Marek Jakubczyk.

- W dniu 29 czerwca 2009 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, uchwałą nr 18, powołało Pana Andrzeja Chmiela do pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki.

W skład Rady Nadzorczej wchodzi od 5 do 9 członków, w tym Przewodniczący, Wiceprzewodniczący oraz Sekretarz. Członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Kadencja, na którą powoływani są członkowie Rady Nadzorczej jest wspólna i trwa trzy lata. Każdy z członków, a także cała Rada Nadzorcza, mogą zostać odwołani w każdym czasie przed upływem kadencji. Zgodnie ze Statutem Spółki oraz Regulaminem Rady Nadzorczej, Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza wybiera Rada Nadzorcza z grona członków Rady w głosowaniu tajnym.

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach. Na podstawie Regulaminu Rady Nadzorczej, jest ona uprawniona do wyrażania opinii we wszystkich sprawach związanych z działalnością Spółki, w tym także występowania z wnioskami i propozycjami do Zarządu, który zobowiązany jest, w terminie 14 dni od momentu wystąpienia Rady Nadzorczej z takimi wnioskami i propozycjami, do złożenia na ręce Przewodniczącego Rady Nadzorczej informacji o sposobie ich wykorzystania.

Posiedzenia Rady Nadzorczej odbywają się w miarę potrzeby, ale nie rzadziej niż trzy razy w roku obrotowym. Ponadto posiedzenie Rady Nadzorczej powinno zostać zwołane na pisemny wniosek

złożony przez Akcjonariusza lub Akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej 10 % kapitału zakładowego, Zarząd Spółki lub Członka Rady Nadzorczej.

Uchwały Rady Nadzorczej podejmowane są bezwzględną większością oddanych głosów, w obecności co najmniej połowy członków Rady Nadzorczej, w tym Przewodniczącego lub Wiceprzewodniczącego. Uchwała Rady Nadzorczej, jeżeli przepisu kodeksu spółek handlowych nie stanowią inaczej, może być podjęta w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Ważność uchwały podjętej w trybie opisanym w zdaniu poprzednim jest uzależniona od powiadomienia wszystkich członków Rady Nadzorczej o treści projektu uchwały.

Zgodnie ze Statutem Emitenta oraz Regulaminem Rady Nadzorczej członkowie Rady Nadzorczej są obowiązani do wykonywania swoich praw i obowiązków osobiście.

Rada Nadzorcza Spółki pełni ponadto od grudnia 2009 roku zadania komitetu audytu, zgodnie z przepisami Ustawy o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz nadzorze publicznym.

Opis działania rady nadzorczej reguluje Regulamin Rady Nadzorczej oraz Statut. Treść obu dokumentów jest dostępna na stronie internetowej www.point-group.pl.

Podpisy wszystkich Członków Zarządu			
Data	Imię i Nazwisko	Stanowisko/Funkcja	Podpis
2010-03-22	Michał M. Lisiecki	Prezes Zarządu	
2010-03-22	Marek Jakubczyk	Wiceprezes Zarządu	
2010-03-22	Tomasz Sadowski	Wiceprezes Zarządu	